

Marktonderzoek naar de behoefte aan geheugentrainingscursussen

Citation for published version (APA):

Stuursma, W. J. (1993). *Marktonderzoek naar de behoefte aan geheugentrainingscursussen*. (TU Eindhoven. Fac. TBDK, Bedrijfskundewinkel : ondernemersadviezen; Vol. 91.253). Technische Universiteit Eindhoven.

Document status and date:

Gepubliceerd: 01/01/1993

Document Version:

Uitgevers PDF, ook bekend als Version of Record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.tue.nl/taverne

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

openaccess@tue.nl

providing details and we will investigate your claim.

Marktonderzoek naar de behoefte aan geheugentrainingscursussen

In opdracht van:
Bedrijfskundewinkel Eindhoven
Opdracht nummer: 91.39.253

Uitgevoerd door:
W.J. Stuursma

Eindhoven, Februari 1993

Voorwoord

Voor u ligt het rapport van het onderzoek naar de mogelijkheden om binnen het bedrijfsleven geheugentrainingscursussen te gaan geven.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de bedrijfskundewinkel.

Deze bedrijfskundewinkel is een door studenten gerund adviesbureau met als doel op niet commerciële basis onderzoek te verrichten voor diegenen, die niet over de capaciteiten beschikken om een professioneel adviesbureau in te schakelen.

De eindresultaten van dit rapport zijn bestemd voor het bureau voor geheugentraining te Geldrop. Hierbij wens ik het bureau veel succes bij het op de markt brengen van de geheugentrainingscursus voor het bedrijfsleven.

Inhoud

	pag.
Inleiding	2
Hoofdstuk 1 Omschrijving van de probleemstelling	3
1.1 Probleemstelling	3
1.2 Uitwerking	3
Hoofdstuk 2 Marktonderzoek	5
2.1 Doelgroep	5
2.2 Gewenste gegevens	5
Hoofdstuk 3 Concurrentie analyse	6
Hoofdstuk 4 Marktonderzoek	8
4.1 Resultaten van de enquête	8
4.2 Analyse van de resultaten	9
Hoofdstuk 5 Conclusies en aanbevelingen	11
Bijlagen	13

Inleiding

Dit rapport is het resultaat van een onderzoek naar de vraag of er behoefte is aan cursussen voor de training van het geheugen binnen het bedrijfsleven. Deze vraag is ontstaan bij een docent aan het MBO waar hij gemerkt heeft dat studenten een aantal zaken slecht kunnen onthouden.

Op de particuliere markt heeft hij al cursussen gegeven. Na plaatsing van een advertentie blijkt de eerste respons in het algemeen goed te zijn, maar is de uiteindelijke opkomst tijdens de cursus bedroevend. De particuliere markt blijkt erg onbetrouwbaar te zijn.

Naar aanleiding van een bezoek op de Bedrijven Contactdagen heeft hij de indruk dat binnen het bedrijfsleven een aanzienlijk marktpotentieel aanwezig is.

De vraag is of deze indruk juist is en of er daarnaast ook concurrenten zijn die al soortgelijke cursussen geven.

In de volgende hoofdstukken zal op deze tweeledige vraag ingegaan worden.

In hoofdstuk 1 zal het probleem nader omschreven worden en gekeken worden op welke vragen antwoord verkregen moet worden. Hoofdstuk 2 zal weergeven wie de doelgroep is van dit onderzoek en wat we willen weten van die doelgroep. In hoofdstuk 3 zal weergegeven worden wat er al op de markt aanwezig is aan cursussen die vergeleken kunnen worden met het hierboven genoemde cursus. De resultaten en de interpretatie van het marktonderzoek zullen in hoofdstuk 4 gegeven worden en hoofdstuk 5 tot slot zal de conclusies en aanbevelingen weergegeven.

1.1 Probleemstelling

Een docent aan het MBO wil, naast de huidige particuliere markt, bij de bedrijven cursussen voor training van het geheugen gaan geven. Het gaat hierbij niet alleen om geheugenproblemen maar vooral om concentratieproblemen en waarnemingsconsistenties.

Belangrijke onderdelen van deze cursus zullen zijn:

Onthouden van namen en gezichten

Onthouden van data en adressen

Reproducen van telefoongesprekken en vergaderingen

Informatieverwerking

De huidige cursus wordt in vijf dagdelen gegeven

De vraag luidt als volgt:

Is er binnen het bedrijfsleven behoefte aan cursussen voor het trainen van het geheugen welke tot doel hebben het beter onthouden van namen vergaderingen/telefoongesprekken en het verwerken van informatie.

1.2 Uitwerking

Punten waarover we uitspraken willen doen zijn:

- I Zijn er vergelijkbare cursussen beschikbaar voor het bedrijfsleven.
- II Wat is de inhoud van deze cursussen.
- III Voor wie is de cursus bestemd.
- IV Wat kost de cursus.
- V Is er vraag naar deze cursussen.
- VI Welke punten worden er in deze cursus verwacht.
- VII Welke werknemers zullen deze cursussen gaan volgen en hoeveel.
- VIII Hoeveel mag zo een cursus kosten en hoeveel dagdelen moet het dan duren.
- IX Kennen zij bedrijven die deze cursussen geven
- X Wat voor bureau zal aangesproken worden om deze cursussen te gaan geven.

Bovenstaande punten zullen in twee deelonderzoeken uitgezocht worden. Punt I tm IV door middel van een concurrentie analyse en de punten V tm X door een schriftelijke enquête bij bedrijven in het Kamer van koophandel district Eindhoven.

In dit hoofdstuk wordt aangegeven welke doelgroep er voor dit onderzoek benaderd zal worden. Daarnaast zal aangegeven worden welke informatie van deze doelgroep voor dit onderzoek van toepassing is.

2.1 Doelgroep

De doelgroep voor dit onderzoek is erg eenvoudig aan te geven. Een van de weinige criteria waar ze aan moeten voldoen is dat ze in de regio Eindhoven zitten. De grootte van het bedrijf is niet van belang, uit het onderzoek zal wel blijken waar de interesse voor de in hoofdstuk 1 genoemde cursussen aanwezig is. Wel heeft er een selectie plaats gevonden van de bij de kamer van koophandel ingeschreven bedrijven. De lijst met branche-codes die voor dit onderzoek gebruikt zijn, vindt u in bijlage I.

2.2 Gewenste gegevens

Om een beeld te kunnen geven van de behoefte aan cursussen zoals die omschreven is in hoofdstuk 1, zullen er, naast de vragen die daar al gesteld zijn, ook andere gegevens noodzakelijk zijn. Gegevens die bepalen waar de eventuele doelgroep zich bevindt, hoe groot deze is en wat er op dit moment aan cursussen wordt gedaan. Om dit totale beeld te creëren zijn de volgende aanvullende gegevens nodig:

- * Grootte van het bedrijf
- * Worden er cursussen door de werknemers gevolgd, zo ja, door hoeveel werknemers en hoeveel wordt er per werknemer gemiddeld uitgegeven.
- * Wordt er al iets gedaan aan geheugentraining, Zo ja, - op welke wijze
 - hoeveel tijd wordt er per werknemer aan besteed
 - hoeveel werknemers doen er aan mee
 - wat zijn de kosten per werknemer

Vanuit dit totaal is er een enquête opgesteld (zie bijlage II) en deze is naar alle 300 bedrijven gestuurd. De resultaten van deze enquête treft u aan in hoofdstuk 4.

Voor het bepalen in hoeverre er reeds soortgelijke cursussen op de markt zijn heeft er een telefonische steekproef plaats gevonden. Door het specifieke karakter van de in hoofdstuk 1 omschreven cursus bleek al snel dat deze cursus, ook in een afwijkende vorm, sporadisch voorkwam. In totaal zijn er drie bedrijven die (ten dele) aandacht schenken aan dit onderwerp. Ook vanuit de enquête (bijlage II) bleek dat er geen relatie was met bedrijven die al soortgelijke cursussen uitvoeren. De drie bedrijven waar het onderwerp wel aan de orde komt zijn:

- * Randstad Opleidingscentrum BV
- * Stichting TELEAC
- * Kenneth Smit personality trainingen

Randstad

Binnen het cursus-pakket van Randstad Opleidingencentrum BV is niet één specifieke cursus die zich bezig houdt met "Geheugentrainingen". In een aantal vakgerichte cursussen komen aspecten aan de orde die een onderdeel vormen van de totale cursus zoals die door het bureau voor geheugentraining wordt aangeboden. Vooral binnen het pakket van de commerciële opleidingen wordt er aandacht besteedt aan het goed luisteren naar de klant/leverancier en het opnemen van de juiste gegevens vanuit het gesprek.

TELEAC

TELEAC geeft een cursus die toegespitst is op de training van het geheugen. De titel van deze cursus is: "De geheugencursus van TELEAC". De volgende onderdelen worden in de cursus behandeld:

- * De werking van het geheugen
- * Oorzaken van vergeetachtigheid
- * Begrip van de geheugentheoriën
- * Het leren gebruik maken van geheugenstrategieën om beter te onthouden
- * Leren beter onthouden van namen en nummers
- * Niet vergeten van plannen en afspraken
- * Het beter onthouden van gesprekken etc.

Voor het uitvoeren van deze cursus wordt gebruik gemaakt van een werkboek,

video's en audiocassettes. In het werkboek wordt door middel van praktische oefeningen de verschillende onderdelen behandeld.

Kosten:

Werkboek	f39,90
Video's	c.a. f250,00
Audiocassettes	<u>f43,75</u>
Totale pakket	f333,65

Kenneth Smit

Bij Kenneth Smit worden naast de personality trainingen ook communicatie trainingen gegeven. Deze cursussen zijn vergelijkbaar met de cursussen welke door Randstad gegeven worden. Aspecten binnen deze cursussen richten zich op het effectief gebruiken van het geheugen, maar vormen geen cursus op zich. De personality training daarentegen zijn wel degelijk gericht op het effectiever werken met aanwezige capaciteiten en dus ook "het geheugen" van een persoon. Deze cursus is alleen voor een beperkte doelgroep bestemd, n.l. voor managers. In deze cursus krijgt de persoon beter inzicht in de sterke en minder sterke kanten, in zijn positieve en negatieve energieën. Hij bereikt daardoor een nieuw evenwicht en komt tot betere resultaten.

Kosten:

De cursus die vier dagdelen duurt kost f2165,=. Deze kosten worden gezien als een investering.

4.1 Resultaten van de enquête

Van de in totaal 300 aangeschreven bedrijven konden er 7 niet bezorgd worden. Van de overige bedrijven hebben er 100 de enquête geretourneerd. De grootte van de bedrijven is als volgt verdeeld.

Tabel 1				
Aantal medewerkers	0-49	50-199	200-499	500 en meer
Aantal bedrijven	87	11	1	1

In tabel 2 wordt de verdeling aangegeven of er op dit moment door de werknemers van deze bedrijven al cursussen gevolgd worden.

Tabel 2				
Aantal medewerkers per bedrijf	0-49	50-199	200-499	500 en meer
Wel cursus	60	10	1	1
Geen cursus	27	1	0	0

Op de vraag of er op dit moment al aandacht wordt besteed aan de training van het geheugen en de vraag of er behoefte bestaat aan een dergelijke cursus, werd door 17 bedrijven positief geantwoord. Alle positieve reacties kwamen van de bedrijven met 0-49 medewerkers.

Binnen deze 17 bedrijven werd er in 14 bedrijven door werknemers al cursussen gevolgd.

Twee bedrijven besteden op dit moment via voorlichting zelf al aandacht aan het beter gebruik maken van het geheugen.

In tabel 3 wordt aangegeven hoeveel werknemers per bedrijf er naar verwachting aan deze cursussen per jaar deelnemen en hoeveel geld en tijd het per werknemer mag gaan kosten.

Tabel 3					
Aantal werknemers/jaar		Kosten per werknemer		Tijd per werknemer	
0-9	13	f0,- -f199,-	7	1 dag	4
10-19	1	f200,- -f499,-	5	2 dagen	3
geen mening	2	f500,- -f999,-	2	4 dagen	1
		geen mening	3	½uur/week	2
				½ dag/week	2
				geen mening	5

Door wie de cursus gegeven moet worden, vindt u in tabel 4 weergegeven.

Tabel 4					
Samen met derden	Samen met middelgrote bedrijven	Door eigen bedrijf	Door landelijk bedrijf	Door regionaal bedrijf	Geen mening
5	2	1	4	4	1

4.2 Analyse van de resultaten

Alle potentiële bedrijven die werknemers aan de in hoofdstuk 1 omschreven cursus deel willen laten nemen komen vanuit de groep kleine bedrijven tot 50 werknemers. Binnen deze groep heeft 19,5% een positieve reactie gegeven.

Vergelijken we de bedrijven van 0-49 werknemers op basis van het op dit moment reeds volgen van cursussen, dan blijkt dat binnen de totale groep van 87 bedrijven in 69% van de bedrijven de werknemers reeds cursussen volgen. Binnen de groep potentiële bedrijven (17) ligt dit percentage op 82,5%.

Het aantal werknemers die er per bedrijf verwacht kunnen worden ligt in deze steekproef op 5,2 werknemers per jaar. Het bedrag die de werkgever verwacht dat de cursus gaat kosten ligt op ca. f300,- per cursist.

Over de duur van de cursus worden zeer uiteenlopende reacties gegeven. De reactie zijn in twee hoofdgroepen in te delen;

- * eenmalige cursus,
- * vormende cursus gedurende langere tijd, bestaan de uit een aantal korte "lessen".

Van de 16 bedrijven die aangaven door wie de cursus gegeven moet worden, blijft er een groep van 9 (56%) over die als potentieel aangemerkt kan worden voor het bureau voor geheugentraining. Deze groep is in tweeën te splitsen;

- * Bedrijven die de cursus over laten aan het bedrijf (25%),
- * Bedrijven die in samenwerking met de cursusgever de trainingen willen opzetten (31%).

Conclusies

Als concurrenten van het bureau voor geheugen training kunnen twee bedrijven aangemerkt worden. Het eerste bedrijf TELEAC heeft heel specifiek voor iedereen een geheugentrainingscursus, zij richten zich alleen voornamelijk op de particuliere markt. Het tweede bedrijf Kenneth Smit heeft ook een vergelijkbare cursus, maar richt zich daarmee alleen maar op managers.

Sprake van echte concurrentie is er dus niet door de gescheiden gebieden waarbinnen de bedrijven opereren.

Binnen het bedrijfsleven is zeker een potentiële markt voor geheugentrainingscursussen aanwezig (19,5% positief).

De markt voor deze cursussen bevindt zich binnen de kleine bedrijven van 0-49 werknemers.

Worden er al cursussen gevolgd door werknemers van het bedrijf, dan is de kans groter dat die bedrijven ook werknemers naar geheugentrainingscursussen laten gaan. De cursus moet beperkt van omvang (max ca. 2 dagen eventueel verspreid over meerdere dagen) en laag in prijs (ca. f300,- p.p.) zijn.

Aanbevelingen

Vooraf gezien de geringe risico's, door het zeer lage startkapitaal en de al aanwezige kennis en cursus, is het zeker aan te bevelen om deze cursus ook binnen het bedrijfsleven toe te passen.

Voor het bedienen van de markt is het aan te bevelen om twee cursussen te kunnen leveren.

- * Algemene cursus waar bedrijven individuele werknemers naar toe kunnen laten gaan. Deze cursus kan een kopie zijn van de huidige cursus.
- * Bedrijfsspecifieke cursus. Hiervoor zal een format door het bureau voor geheugentraining aangedragen worden en op speciale aspecten van het bedrijf worden ingevuld.

Deze laatste cursus zal, gezien het te verwachten aantal deelnemers (5,2 werknemers per bedrijf), per werknemer duurder uit moeten vallen om de maximale opbrengst bij de huidige cursus (f3375,-) te kunnen benaderen.

Promotie:

Voor het benaderen van bedrijven zijn o.a. de volgende wegen te bewandelen:

- * Het promoten van de cursus tijdens Bedrijven Contact dagen op een beurs. Hierbij is het zaak om zelf een standje aanwezig te hebben.
- * Via advertenties. Van belang is om hiervoor bladen te nemen die door PZ-functionarissen worden gelezen. Bijlage III geeft hiervoor een aantal adressen. Euroforum behoeft speciale aandacht, door deze organisatie worden cursussen georganiseerd die door onafhankelijke opleidingsbureaus worden gegeven. Door hiermee in contact te treden wordt de marktbenadering vereenvoudigd.
- * Door middel van het persoonlijk aanschrijven van potentiële bedrijven en dit te laten volgen door een telefonisch gesprek of een bezoek.

Bijlagen

Bijlage I **Branche-codes welke in de steekproef zijn meegenomen**

Bijlage II **Enquête**

Bijlage III **Documenten voor een PZ-afdeling**

Branche-codes

Uit deze branches is de steekproef voor het onderzoek genomen.

202	372	973
205	373	974
206	381	975
207	394	981
208	395	982
209	399	983
211	4	
213	5	
214	6	
215	71	
216	72	
217	76	
22	77	
23	81	
243	82	
253	83	
257	84	
26	85	
27	91	
295	924	
296	925	
297	926	
299	927	
327	928	
328	929	
347	931	
348	935	
353	936	
354	937	
358	94	
369	971	
371	972	

Eindhoven, 16 september 1992

Aan afdeling Personeelszaken

Betreft: Enquête

Geachte mevrouw, mijnheer,

In opdracht van de wetenschapswinkel van de faculteit Bedrijfskunde aan de Technische Universiteit Eindhoven doet ondergetekende een onderzoek naar de behoefte aan cursussen voor werknemers zodat zij effectiever kunnen werken met hun geheugen.

De resultaten van dit onderzoek bepalen of er behoefte bestaat aan dergelijke cursussen en of deze cursussen door een opleidingsbureau gegeven kunnen worden. Het bovenstaande geeft het belang van deze enquête aan. Maar ook in het geval dat uw bedrijf niet geïnteresseerd is in de genoemde cursussen zouden we het bijzonder op prijs stellen als u bereid bent mee te werken aan dit onderzoek.

Uw bedrijf is steekproefsgewijs gekozen bij de Kamer van Koophandel in Eindhoven en is één van de 300 bedrijven die in dit onderzoek geënquêteerd zullen worden.

De vragen van de enquête beslaan een aantal aspecten, welke te maken hebben met de opleidingen en trainingen binnen uw onderneming. wij adviseren u de enquête te laten invullen door degene, die te maken heeft met deze aspecten. Daarom is in eerste instantie de afdeling personeelszaken aangeschreven.

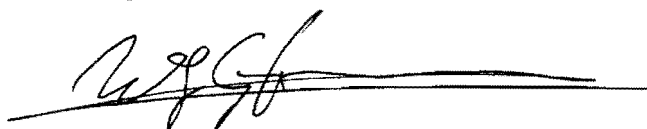
Deze enquête zal anoniem worden afgenomen. De gegevens zullen uitsluitend voor het hierboven beschreven doel worden gebruikt en met zorg worden behandeld.

Het invullen van de enquête zal ongeveer 15 minuten in beslag nemen

Ik verzoek u vriendelijk om het ingevulde formulier zo snel mogelijk en uiterlijk voor vrijdag 9 oktober te retourneren in de bijgevoegde antwoord-enveloppe. Frankeren is niet nodig.

Bij voorbaat dank voor uw medewerking.

Hoogachtend.



W.J. Stuursma

Enquete formulier

Vraag 1 en 3 zijn algemene vragen. Deze vragen zijn bedoeld om de verschillende bedrijven in klassen te kunnen indelen.

Vraag 1: Hoeveel mensen zijn er werkzaam binnen uw bedrijf?

- 0-49 werknemers
- 50-199 werknemers
- 200-499 werknemers
- 500 of meer werknemers

Vraag 2: Op welke wijze worden cursussen op dit moment binnen uw bedrijf verzorgd?
(U mag meer dan één antwoord aankruisen)

- Eigen (interne) cursussen
 - Externe cursussen
 - Anders, namelijk;
-
-

Vraag 3: Binnen welke branche valt uw onderneming?

De vragen 4 tot en met 7 zijn bedoeld om na te gaan in hoeverre uw bedrijf zich bezig houdt met cursussen en trainingen van uw werknemers.

Vraag 4a: Volgen er werknemers van uw bedrijf vakgerichte cursussen?

- Ja
- Nee

Vraag 4b: Zo ja, hoeveel werknemers gaan er per jaar naar een cursus?

- 0-9 werknemers
- 10-19 werknemers
- 20-49 werknemers
- 50-199 werknemers
- 200-499 werknemers
- 500 of meer werknemers

- Vraag 5: Indien er externe cursussen gevolgd worden, in welke orde van grootte liggen de totale kosten van deze cursussen per deelnemer.
- 0-250 gulden
 - 250-1000 gulden
 - 1000-5000 gulden
 - 5000-25.000 gulden
 - 25.000 gulden of meer

- Vraag 6: Wordt er binnen uw bedrijf voorlichting gegeven ten aanzien van het beter onthouden van namen, telefoonnummers, data, adressen en gesprekken, het verhogen van de concentratie en effectiever studeren?
(U mag meer dan één antwoord aankruisen)
- nee, er wordt geen voorlichting gegeven
 - Ja, d.m.v. brochures/bedrijfsblad
 - Ja, d.m.v. lezingen
 - Ja, d.m.v. cursussen
 - Ja, op een andere manier, namelijk;
-
-

Indien "nee", ga dan verder met vraag 8.

- Vraag 7a: Kunt u een globale omschrijving geven van de aspecten die behandeld worden in deze cursus?
-
-
-
-
-

- Vraag 7b: Hoeveel tijd vraagt deze cursus van uw werknemers?
(aantal uren/dagen per cursus)
-

- Vraag 7c: Hoeveel werknemers doen er per jaar aan deze cursussen mee?
- 0-9 werknemers
 - 10-19 werknemers
 - 20-49 werknemers
 - 50-199 werknemers
 - 200-499 werknemers
 - 500 of meer werknemers

Vraag 7d: In welke orde van grootte liggen de totale kosten van deze cursussen per deelnemer.

- 0 0-250 gulden
- 0 250-1000 gulden
- 0 1000-5000 gulden
- 0 5000-25.000 gulden
- 0 25.000 gulden of meer

U kunt door gaan naar vraag 13 van deze enquête

"Kern" van het onderzoek

Vraag 8: Bent u van mening dat er binnen uw bedrijf behoefte bestaat naar cursussen ter "training van het geheugen en/of verhoging van de concentratie"?

- 0 Ja
- 0 Nee

Indien nee, dan was dit de laatste vraag van deze enquête.

Vraag 9: Kunt u een korte omschrijving geven van de aspecten die u verwacht dat er behandeld zullen worden in deze cursus?

Vraag 10: Hoeveel tijd mag deze cursus van uw werknemers vragen?
(aantal uren/dagen per cursus)

Vraag 11: In welke prijsklasse verwacht u dat deze cursussen vallen?
(prijs per werknemer)

- 0 0-100 gulden
- 0 100-250 gulden
- 0 250-500 gulden
- 0 500-1000 gulden
- 0 1000 gulden of meer

Vraag 12: Hoeveel werknemers zullen er volgens u gemiddeld per jaar aan zo'n cursus mee doen?

- 0-9 werknemers
- 10-19 werknemers
- 20-49 werknemers
- 50-199 werknemers
- 200-499 werknemers
- 500 of meer werknemers

Vraag 13: Door wat voor instituut zou of laat u deze cursussen laten uitvoeren?
(U mag meer dan één antwoord aankruisen)

- Een landelijk instituut
- Een regionaal instituut
- Een groot instituut
- Een middelgroot instituut
- Een klein regionaal instituut
- Door het eigen bedrijf
- Door het eigen bedrijf in samenwerking met derden

Hartelijk dank voor uw medewerking.

Documenten voor een PZ-afdeling

- CEDEO:** Stichting centrum voor documentatie & voorlichting over bedrijfsexterne opleidingen, tel. 070-3463739.
- PW-magazine:** Personeelsmanagement, vakblad, tel. 020-5102496/5102257.
- Euroforum:** mw. Breeuwsma, organisator trainingen etc., 040-608811.
- VENTRON:** Vereniging voor trainings- & Opleidingsinstituten Nederland, 070-3505995.