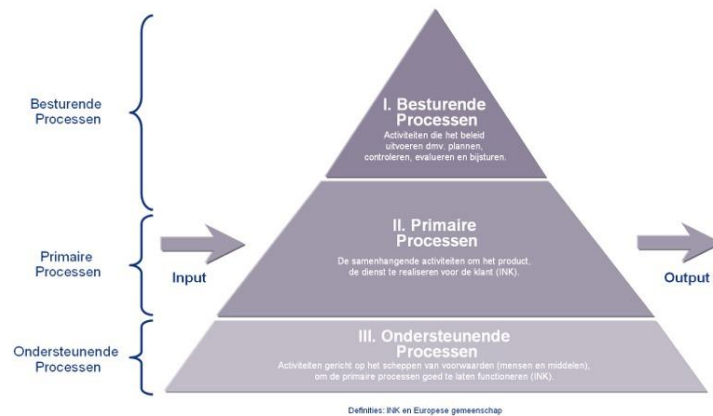
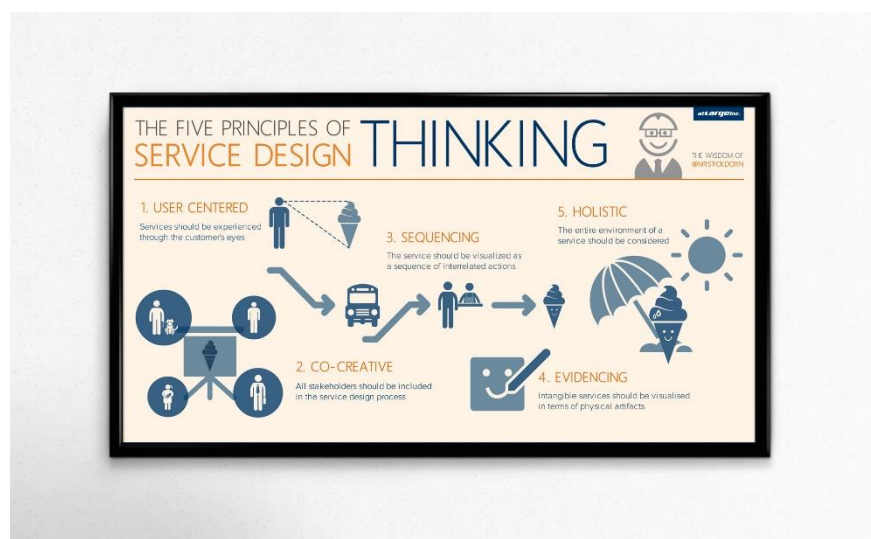


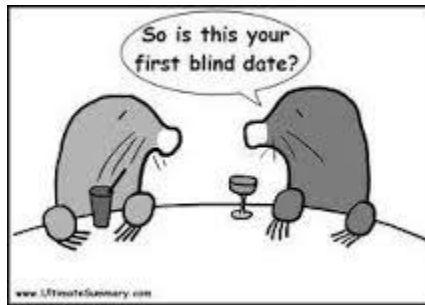
1. Ethisch verantwoord personeelsbeleid komt onder druk door het werken aan kostenefficiëntie.
2. We hebben een sterk nood aan verbinding met cliënten en medewerkers doorheen het transitieverhaal.
3. Er komt een scherper onderscheid tussen kern- en secundaire processen. Alles zelf doen of ook uitbesteden ?



4. Het kostenbewustzijn moet bij alle medewerkers doordringen.
5. Welk profiel van werkgever willen we ons zelf voorhouden ?
6. Flexibiliteit botst met de arbeidswetgeving: wat moet veranderen ?
7. Boodschap voor het middenkader: afslanken (?)
8. Wat betekent sociaal ondernemerschap voor de medewerker ?
9. Wat zal het effect zijn van PVF op het DNA van je organisatie ?
10. Bestaat er een noodzakelijke schaalgrootte voor een organisatie om levensvatbaar te blijven/worden
11. Welke opdrachten kun je het best uit besteden ?
12. Ken je dit ? (<http://www.servicedesigntoolkit.org>)



13. Blind date: hoe ziet je ideale samenwerkingspartner eruit ?



14. Met wie / hoe werk je samen ?

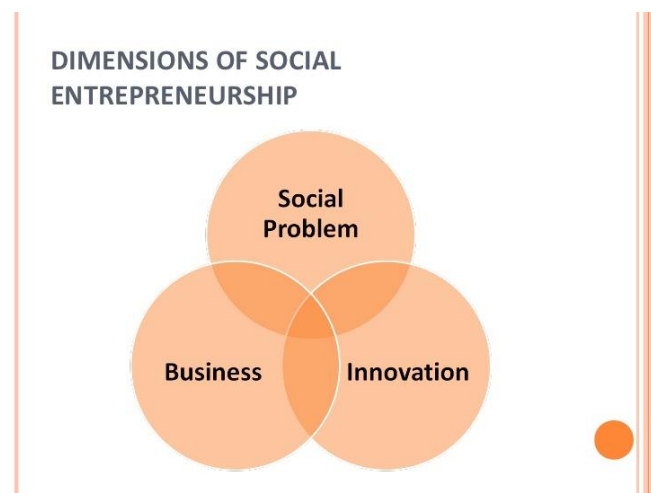
Continuüm van ondersteuning

- **Rechtstreeks toegankelijke hulp (RTH)**
- Een basisondersteuningsbudget (BOB)
- Diensten Ondersteuningsplan (DOP)
- Multidisciplinaire Teams (MDT's)
- Niet rechtstreeks toegankelijke hulp (nRTH)
In cash, als voucher, of combinatie
- Bijstandsorganisaties

26

Vlaams Agentschap voor
Personen met een Handicap

15. Sociaal ondernemerschap: bespreek onderstaande figuur:

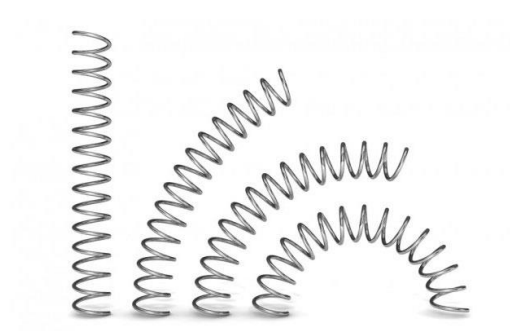


16. Creëren van efficiëntiewinsten: heb je voorbeelden ?

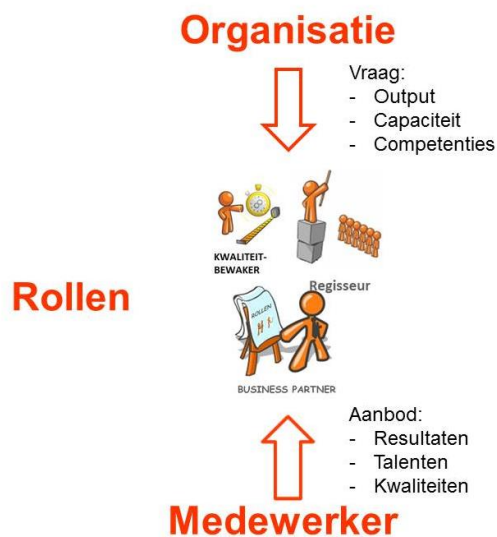
17. de sleutelprincipes van co-creatie met cliënten: voorbeelden van toepassing ?

- Gedeelde waarden
- Gedeeld engagement
- Transparantie
- Toegankelijkheid

18. Wat versta je onder 'wendbaarheid' van de organisatie ?



19. Beter werken met rollen dan met functies ?



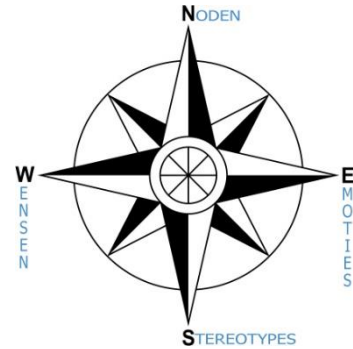
20. Is dit een gevaar ?

Marktsituatie: risico op '**commoditization**' (diverse elementen van ons aanbod zijn ergens anders (goedkoper) te verkrijgen; hoe onderscheiden we ons nog ten overstaan van bv commerciële initiatieven, van regulier dienstenaanbod ?) = de dienstverlening wordt evident, is een algemeen goed op diverse plaatsen te verkrijgen

21.

Het klantkompas herinnert elke medewerker in een Disneypark te allen tijde en op diverse locaties aan de klantgerichtheid en aan het feit dat elke klant anders is.

Hoe zou je dit kompas kunnen toepassen in onze context.
(ref. boek Fred Lee: '*Als Disney baas was in uw ziekenhuis. 9 ½ dingen die u anders zou doen*')



22. Gezocht:

begeleider anno 2020: ondernemer, netwerker, organisator, ...

OF

begeleider anno 2020: empathisch, warm, zorgend, ...

23.

Café praat of bittere ernst?

'Fusie is een must, enkel de grote organisaties overleven na 2020, de kleinschalige projecten gaan genadeloos kopje onder.'

24.

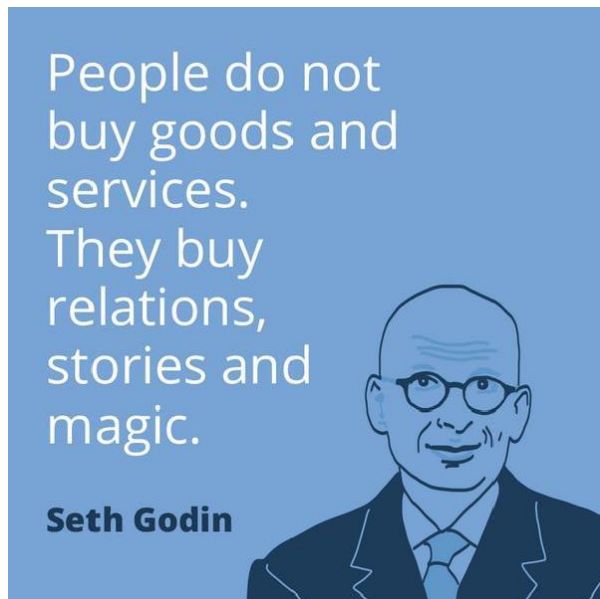
Café praat of bittere ernst?

'Klanten zullen enkel willen betalen voor de rechtstreekse ondersteuning en niet voor ondersteunende diensten en kader. Deze laatste beginnen zich dus best al zorgen te maken.'

25.

Convenanten, punten RTH, noodsituaties, ... zullen leiden tot veel tijdelijke arbeidscontracten. Hebben wij al nagedacht hoe we medewerkers toch zullen binden aan onze organisatie en is dit afgestemd met de arbeidswetgeving: opeenvolgende contracten van bepaalde duur worden door de wetgever eigenlijk als een contract voor onbepaalde duur beschouwd.

26.



Waarom vrezen voor andere spelers op de markt?? Onze sterktes zijn de warm-menselijkheid en de relaties: dat is wat mensen willen!

27. Externe gerichtheid een *MUST*: hoe zit het bij ons? het huis als metafoor



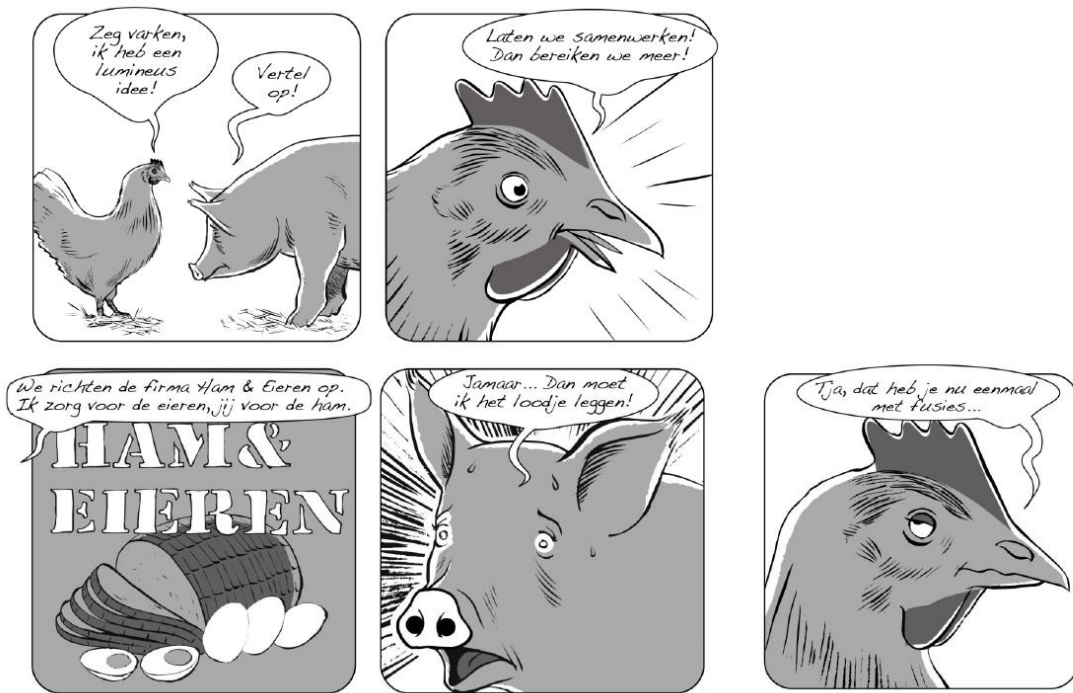
De ramen: hoe kijkt onze organisatie naar de buitenwereld?

De gevel: hoe onderscheidt onze organisatie zich van andere gelijkaardige organisaties?

De gevel: hoe willen we dat de buitenwereld naar ons kijkt?

De voordeur: wie komt bij ons binnen?

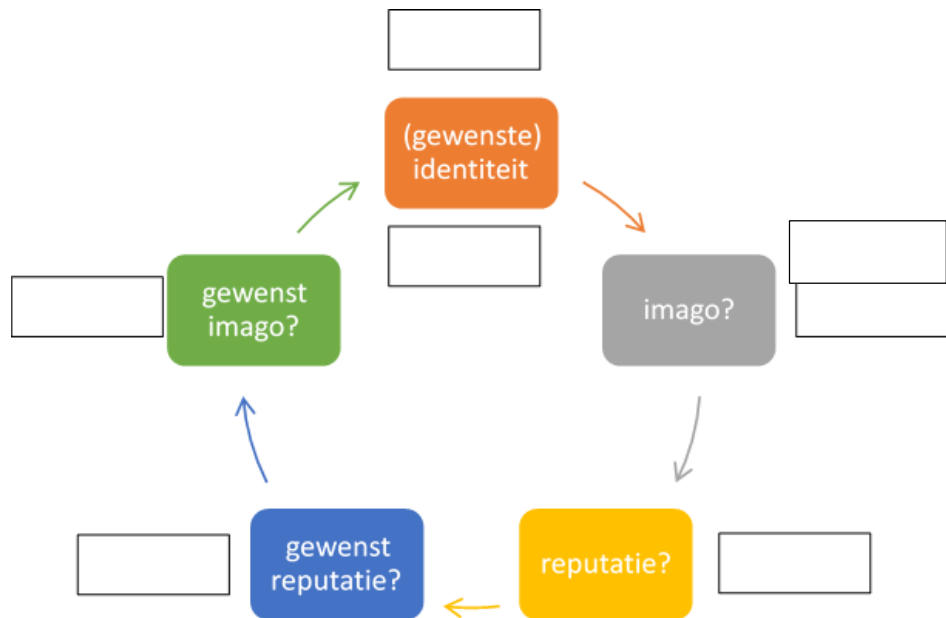
28.



Samenwerkingsverbanden aangaan? Een slechte zaak...

29.

Vul aan – waar situeert jullie organisatie zich in dit proces?



- | | |
|----|--|
| 1. | Zoals eigen medewerkers naar de organisatie kijken |
| 2. | Zoals we willen zijn |
| 3. | Zoals we gezien worden door de buitenwereld |
| 4. | Zoals we werkelijk zijn |
| 5. | Zoals we willen gezien worden door de buitenwereld |
| 6. | De 'naam en faam' die we extern hebben |
| 7. | De naam en faam die we willen hebben |

30. Zonder een sterke USP (unique selling proposition) zullen we de mist ingaan. Marketing is een domein dat we als organisatie zullen moeten ontwikkelen ! Wat is jouw USP ?
31. We zullen een verschil moeten maken door (nog veel meer) klantgericht te werken. Wat zijn hiervoor jouw ideeën ?
32. Door de individualisering van de financiering komt de solidariteit zwaar onder druk... Zien we handvatten om nieuwe vormen van solidariteit te ontwikkelen ?
33. Ons beleid raakt 'burn-out'. Alles op losse schroeven en voortdurend moeten veranderen in een context van onzekerheid en zonder rust in het vooruitzicht en je meegesleurd voelen... da's burn-out. Hoe vermijdt jouw beleid de burn-out ?
34. Samenwerken met reguliere diensten ? Gaan zij dan niet met de makkelijke brokken lopen, en wordt het voor ons niet nog moeilijker ?
35. Je kan een tijdje een tandje bijsteken... maar het duurt al te lang ! Of : komen er nog momenten van rust ?
36. Iedereen ondernemer in gepaste ondersteuning ... Een nieuwe illusie of een na te streven uitdaging ?
37. Zonder sterke en ondernemende basisteams (zelfsturende teams) kan de switch nooit lukken.
38. We zijn onze bezielde en zorgende medewerkers een burn-out aan het bezorgen. Als zij niet méér mogen doen wat ze nodig achten, maar enkel nog wat betaald wordt en dan ook nog registratiemasters moeten worden...
39. Méér doen met minder. Vind je dat echt een uitdagende idee ? Kan je dat naar je medewerkers verkoopbaar(der) maken ? Of liever: minder is meer ?
40. Verzakelijking én bezieling zijn twee polen die elkaar uitsluiten. Of heb jij voorbeelden van bezielde zakelijkheid ?
41. Als de overheid niet reguleert op het vlak van kwaliteit, dan is het hek van de dam