

NET2020 WERK

EEN INITIATIEF VAN HET VLAAMS WELZIJNSVERBOND EN DE FEDERATIE SOCIALE ONDERNEMINGEN



Project leernetwerken Perspectiefplan 2020

Startdagen 12 en 19 maart 2014

FSO vzw

Federatie Sociale Ondernemingen vzw
Potvlietlaan 4, 2de verdieping, 2600 Berchem
T: 0366.49.96
FSO is het Verbond Sociale Ondernemingen vzw
FSO vzw is een vzw in ontbinding



Programma

13u30	Introductie in het project
13u45	Het perspectiefplan 2020 opgefrist
14u05	Het canvas van de ondernemer
14u40	Pauze
15u00	Op weg naar leernetwerken
16u30	Het lappendeken "Perspectief 2020"
17u15	En nu verder ?
17u30	Afsluitende drink

Perspectiefplan 2020 - omgevingsanalyse

Aanleiding 1: wachlijsten ondanks de investeringen van de voorbije jaren

Aanleiding 2: VN conventie – rechten van personen met een handicap

Aanleiding 3: Gewijzigde sociaal-economische situatie

Conclusie:

- Meer met minder
- Minder is meer
- Inclusief en sectoroverschrijdend
- Regelluwte
- Sociaal ondernemerschap

Perspectiefplan 2020 - doelstellingen

- ❑ bieden van zorggarantie voor prioritaire doelgroepen
- ❑ realiseren van een vraaggestuurde zorg wat op individueel vlak betekent dat er dient gewerkt te worden aan een persoonsvolgend budget, aan vraagverheldering en aan toegankelijke gepersonaliseerde informatie

Perspectiefplan 2020 - KSF

Uit de 14 kritische succesfactoren halen we er 7 die appelleren aan de ondernemingskracht van de voorzieningen:

1. voldoende capaciteit genereren
2. een ruim aanbod RTH ontwikkelen
3. samenwerkingsverbanden vormen
4. gerichte expertise inbrengen
5. een persoonsvolgend budget gebruiken
6. opereren in een regelluw kader
7. een sector-overschrijdende aanpak



Perspectiefplan 2020

KSF 1 - voldoende capaciteit genereren

- **Kernbegrippen:**
 - **Uitbreiding is essentieel voor zorggarantie voor prioritaire doelgroepen**
 - **Bijzondere infrastructuur – investeringstoelagen – VIPA buffer**
 - **Gediversifieerd en ruimtelijk gespreid aanbod**
 - handicapspecifiek en regulier
 - Keuzevrijheid
 - **Cash budgetten**

Perspectiefplan 2020

KSF 2 - een ruim aanbod RTH ontwikkelen

- Kernbegrippen:
 - Direct en zonder drempel in te schakelen
 - Ingebed in netwerken en samenwerkingsverbanden
 - Met als functie: vraagverheldering, case-management, trajectbegeleiding

Perspectiefplan 2020

KSF 3 – samenwerkingsverbanden vormen

- **Kernbegrippen:**
 - **Gemeenschappelijke inzet van deskundigheid, personele middelen, instrumenten**
 - **Samenwerkingsverbanden**
 - **Intersectorale opgezette netwerken**
 - **Intersectorale initiatieven**

Perspectiefplan 2020

KSF 4 – gerichte expertise inbrengen

- Kernbegrippen:
 - Mentorschap, coaching voor RTH
 - Regie in eigen handen van de PMH
 - Inclusief – dichtbij
 - Expertenorganisatie: deskundigheid introduceert voor paradigmashift
 - Een inclusie-facilitator op het terrein

Perspectiefplan 2020

KSF 5 – een persoonsvolgend budget gebruiken

- **Kernbegrippen:**
 - **Instrument bij uitstek**
 - **Sturing door PMH**
 - **Vouchers en cash**

Perspectiefplan 2020

KSF 6 – opereren in een regelluw kader

- Kernbegrippen:
 - Regelluw
 - Beheersovereenkomsten
 - Flexibiliteit
 - Intiatiefnemers
 - Volwaardige en ethische ondernemers
 - Sociale dialoog
 - werkomstandigheden

Perspectiefplan 2020

KSF 7 – een sector-overschrijdende aanpak

- Kernbegrippen:
 - Alle levensdomeinen
 - Inclusie
 - Toegankelijkheid
 - Mobiliteit
 - Universal design
 - Gelijke kansenbeleid

De vraag is:
wat doet een sociaal ondernemer hiermee ?
Nu en in de toekomst ?

Een nieuwe situatie vergt een nieuwe aanpak: van
managen naar ondernemen

Het canvas van de ondernemer

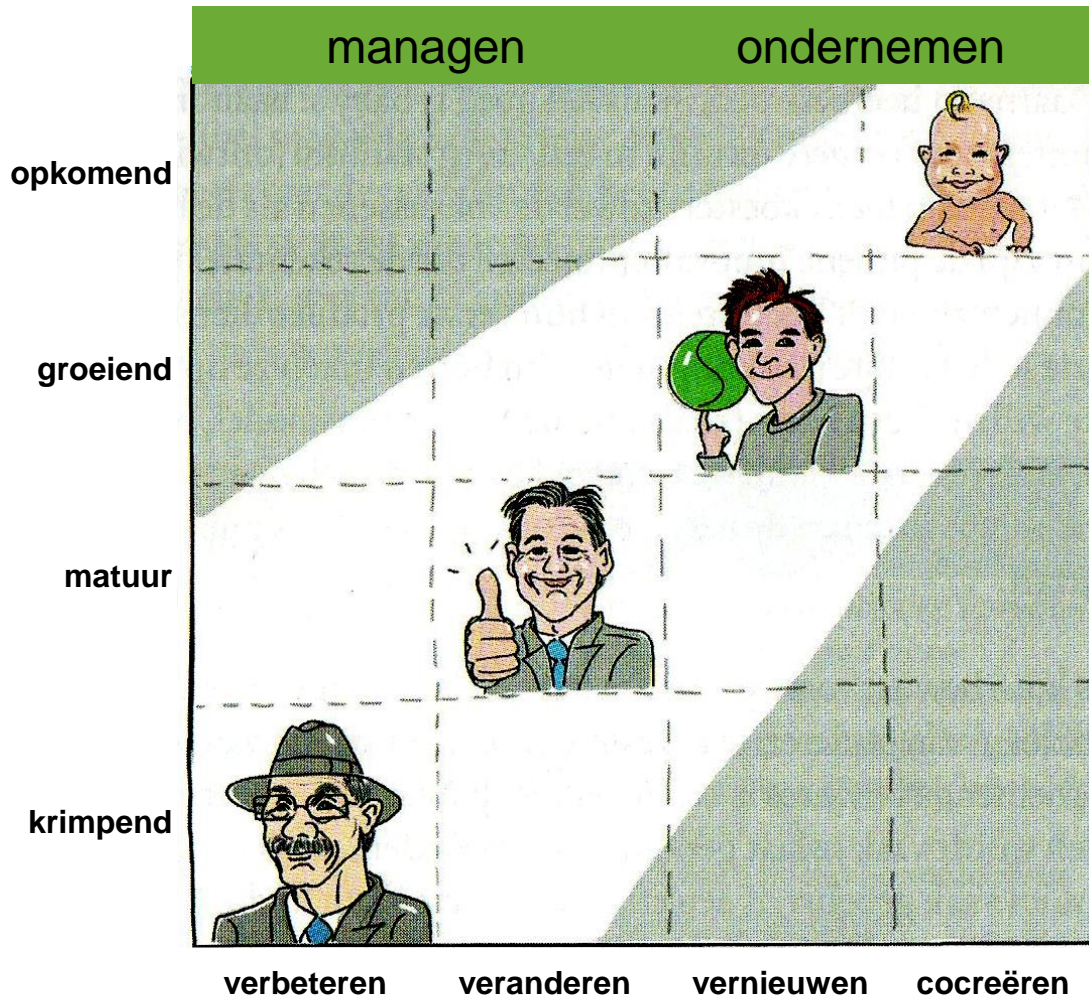
Het verschil tussen managen en ondernemen

Manager	Ondernemer
Is gericht op interne organisatie	Is gericht op externe omgeving
Is gericht op beheersbaarheid en controle	Is gericht op nieuwe dingen doen of bestaande anders
Coördineert, verdeelt taken, structureert	Ontwikkelt, inspireert en brengt nieuwe ideeën aan
Optimaliseert bedrijfsprocessen, zorg voor procedures	Ontwikkelt processen
Gericht op kostenbeheersing en vermijdt risico's	Zoekt budget en is bereid om risico te nemen
Voert een degelijk HRM beleid vanuit competenties	Inspireert mensen en zet in op talenten
Werkt vanuit duidelijke doelen en pragmatisch	Werkt vanuit een missie en opportunistisch
Is een specialist, brengt moeilijkheden vooraf in kaart	Is een generalist, leert al doende

Het canvas van de ondernemer

Ondernemen én managen

L
E
V
E
N
S
S
T
A
D
I
A



‘VERSTOREND’ EFFECT

Bron: gebaseerd op:
- 4x4 matrix van Phillips
- Boonstra J

Het canvas van de ondernemer

We vertrekken hierbij van een 'strategisch canvas' of lappendeken van elementen die voor het ondernemen wezenlijk zijn en in het herdenken van de aanpak dus noodzakelijk zijn (gebaseerd op Osterwalder e.a. 2009).

De stukken van het canvas zijn:

- de toegevoegde waarde
- klantensegmenten
- klantenrelaties
- communicatiekanalen
- kernactiviteiten
- kernmiddelen
- kernpartnerschappen
- inkomstenstromen
- kostenstructuur

Het canvas van de ondernemer

1. de toegevoegde waarde

Uw waarde propositie beschrijft wat uw product of dienst aan waarde levert aan uw klant. Het is een overzicht van de producten en diensten die waarde creëren voor een bepaald klantensegment. De waarde propositie is de reden dat klanten de ene onderneming boven de andere verkiezen.

- Welke producten/diensten biedt u uw klanten aan?
- Welke problemen van de klant lost u op en in welke behoeften voorziet u ?
- Waarom denkt u dat uw project zal slagen (vernieuwend concept, 'gat in de markt', ...) ?
- Waarom zou de klant uw producten/diensten aankopen en niet die van uw concurrenten ?
- Welke elementen maken uw zaak en/of producten voor de klant uniek ?

Het canvas van de ondernemer

2. Klantensegmenten

Hier beschrijft u de klant of klantengroep waar het bedrijf zich met zijn producten/diensten op richt. De karakteristieken van een (potentiële) klant worden beschreven. Door klanten te groeperen in segmenten is het makkelijker in te spelen op de verschillende behoeften van specifieke klanten.

- Wie zijn uw klanten? Welke klantengroepen wil u bedienen?
- Wat zijn de behoeften van deze klanten(groepen)? Door wat kunnen hun behoeften worden beïnvloed ?
- Van waar zullen uw klanten komen? Hoe zal u uw klantentrouw verhogen?
- Hoe zal u de tevredenheid van uw klanten meten?
- Hoe zal u een klacht behandelen?

Het canvas van de ondernemer

3. Klantenrelaties

Klantrelaties worden opgebouwd en onderhouden met elk klantensegment. Deze bouwsteen beschrijft de soort relaties die een bedrijf aangaat met specifieke klantsegmenten.

- Op welke manier onderhoudt u een relatie met uw verschillende klanten (groepen)?
- Op welke manier wil elk klantensegment dat u contact met hen onderhoudt? Hoe zal u zich bekendmaken bij uw klanten? (internet, eigen website, beurzen, mailings, flyers, advertenties, via partners, discussiefora, sociale media,...)
- Hoe zal u de kwaliteit van uw producten/diensten ?

Het canvas van de ondernemer

4. communicatiekanalen

Deze bouwsteen omvat een beschrijving van de manier waarop een onderneming in contact komt met haar klanten. Hier worden de marketing beschreven.

- Via welke kanalen (communicatie-, distributiekkanalen) bereiken je producten en diensten de klant?
- Hoe worden klanten (groepen) op de hoogte gehouden van uw aanbod?
- Aan welke criteria moet uw vestigingsplaats voldoen op vlak van bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, passage, uitbreidingsmogelijkheden, toegankelijkheid, zichtbaarheid, sfeer en inrichting, uitstraling, ...?
- Onder welke naam gaat u uw activiteit uitoefenen?
- Welke imago wilt u uitstralen en hoe zal u dit bereiken?
- Hebt u al een huisstijl (logo, slogan, eenvormige lay-out en kleurgebruik, inrichting, stijl van omgang met klanten, ...)?

Het canvas van de ondernemer

5. kernactiviteiten

Het is een beschrijving van de belangrijkste activiteiten die een onderneming moet doen om te zorgen dat haar business model werkt. Dit is m.a.w. het geheel van acties en/of processen die u onderneemt om uw klanten te bereiken en om met uw partners samen te werken.

- Geef een overzicht van uw kernactiviteiten en processen
- Geef aan wie binnen de onderneming welke taak op zich neemt.
- Maak een planning op van de werkweek (openingsuren, administratie, prospectie, ...)

Het canvas van de ondernemer

6. kernmiddelen

Het geheel van middelen en mensen die de onderneming nodig heeft om de klant te dienen. De kernmiddelen maken het mogelijk om een waarde propositie te creëren en te bieden, markten te bereiken, relaties te onderhouden met klantsegmenten en inkomsten te verdienen.

- Geef een overzicht van uw belangrijkste middelen? (fysieke middelen, intellectuele middelen, menselijke middelen, financiële middelen, ...)
- Zal u uw product of dienst beschermen en op welke manier?

Het canvas van de ondernemer

7. Kernpartnerschappen

Deze bouwsteen beschrijft het netwerk van partners dat van invloed is op het succes van het business model.

- Wie zijn de belangrijkste partners met wie u samenwerkt?
- Welke samenwerkingsverbanden zijn essentieel voor uw aanbod?
- Welke diensten leveren zij u?
- Welke partners zijn cruciaal om nog succesvoller te zijn?
- Met welke leveranciers zal u samenwerken en waarom (betalingstermijnen, service, imago, kwaliteit, ligging, leveringsvoorwaarden, ...)?

Het canvas van de ondernemer

8. inkomstenstromen

Waarde proposities die met succes aan klanten worden aangeboden, resulteren in inkomstenstromen.

- Waar verdient u uw geld mee?
- Welke inkomstenbronnen hebt u?
- Hoe kunt u aanvullende bronnen van inkomsten ontwikkelen?
- Detailleer de samenstelling van de omzet per gamma van producten of diensten.

Het canvas van de ondernemer

9. kostenstructuur

De kostenstructuur geeft alle kosten weer die nodig zijn om het business model te laten werken.

- Wat zijn uw belangrijkste kosten? (vaste kosten zoals personeel, huisvesting, administratieve kosten, exploitatie- en productiekosten, verplaatsingskosten, financiële kosten en variabele kosten)

Op weg naar leernetwerken

Een oefening in 'themabreien'

We kunnen ons telkens de vraag stellen welke mogelijkheden er ontstaan als we de doelen (en de daaruit afgeleide KSF) enten op de stukken van het canvas of dus de wezenlijke ondernemings-onderdelen. Dit zien we als 'themabreien'. Doelstelling van de oefening is het zoeken naar gerichte ontwikkelvragen.

Voorbeeld:

Hoe moeten onze klantenrelaties (stuk canvas) ontwikkelen omdat we een rechtstreeks toegankelijke hulpverlening (een KSF) zouden realiseren? Welke kernpartnerschappen (stuk canvas) dienen we daartoe te realiseren?



Op weg naar leernetwerken

Een oefening in 'themabreien'

Werkwijze

- kies een stuk canvas waar je wil op verder breien
- zo vormen we 9 groepen.
- elk groepje wordt begeleid door een facilitator die helpt bij het stellen van ontwikkelvragen
- In elk groepje toetst men de kritische succesfactoren aan dit stuk canvas en benoemt men zo ontwikkelmogelijkheden (= thema's voor de latere leernetwerken) waar men momenteel al rond bezig is, aan denkt of droomt
- Na een half uur brainstormen schuif je door naar een nieuwe stuk canvas en brei je verder aan het stuk van de vorige groep
- Tijdens het derde keuzerondje wordt het werk van beide vorige groepen overlopen en worden hieruit thema's genoemd



Het lappendeken

Perspectief 2020

Eerste indrukken door de facilitatoren

Hoe gaan we nu verder ?

- Input van de twee startdagen wordt verwerkt tot een themalijst
- Deze lijst wordt gecommuniceerd naar de voorzieningen
- Rond elk thema kunnen er één of meerdere leernetwerken worden gevormd
- Voorzieningen schrijven zich in voor een leernetwerk en thema (online intakeformulier)
- De leernetwerken worden gevormd
- Eerste bijeenkomst in juni 2014
- Tweemaandelijks bijeenkomsten in 2014-15 en 2015-16





tot de volgende !