



Stichting
✘ De Goede Zaak
✘ Amsterdam

Vergroten van de betrokkenheid bij Stichting de Goede Zaak Amsterdam

Melissa de la Vega - Didi Lange - Oriana Metekohij

Waar gaan we het over hebben?

- Inleiding
 - Probleem
 - Onderzoeksvraag
 - Deelvragen
- Omgevingsanalyse & Stakeholdersanalyse
- Onderzoeksmethode
- Theoretisch kader
- Processen & Makigami's
 - Proces 1 (Creëren loyaliteit)
 - Proces 2 (Creëren vertrouwen/transparantie)
 - Proces 3 (Creëren interne betrokkenheid)
 - Proces 4 (Werven vrijwilligers)
 - Proces 5 (Werven donateurs)
- Implementatie
- Terugblik



Inleiding

Probleem:

Het is niet duidelijk wat er precies voor zorgt dat de doelstellingen van de stichting niet worden behaald. De stichting heeft hierbij geen inzicht in de processen die gedaan/gevolgd moeten worden om betrokkenheid en merkbekendheid te creëren. Daarbij is niet duidelijk welke factoren in deze interne processen ervoor zorgen dat de doelstellingen niet worden behaald.

Onderzoeksdoel

Het doel van het onderzoek is om erachter te komen hoe er meer betrokkenheid van de fans bij de stichting gecreëerd kan worden door middel van het inrichten van een intern proces.

Onderzoeksvraag

“Welke factoren in de huidige bedrijfsvoering zorgen ervoor dat de doelstelling om de betrokkenheid (van fans) bij de stichting te vergroten, niet wordt behaald?”

Deelvragen

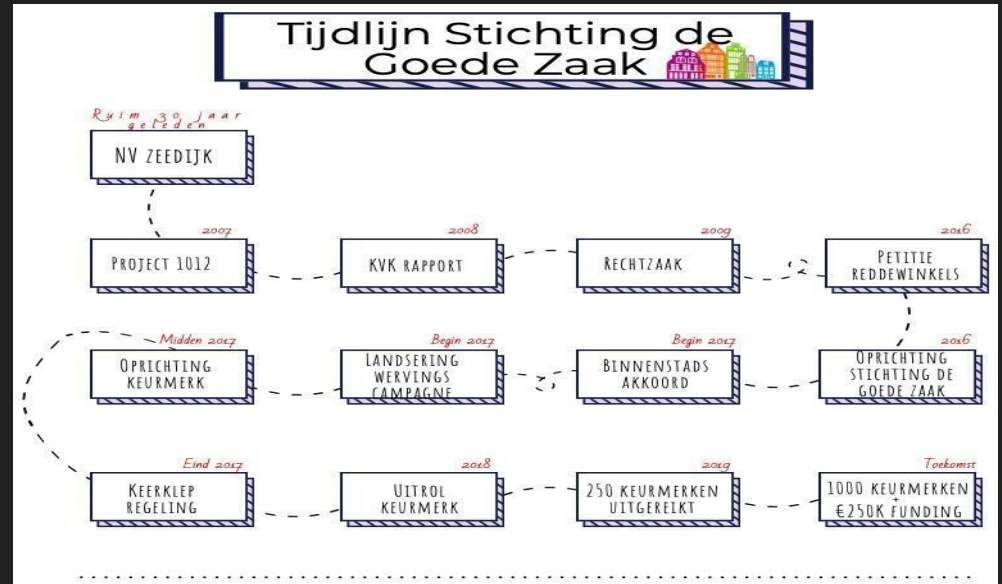
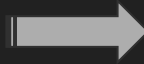
1. Welke factoren zijn van belang om betrokkenheid te creëren onder de fans en onder het bestuur?
2. Wat is de invloed van de interne betrokkenheid op de externe betrokkenheid
3. Hoe ziet het huidige proces om fans te werven eruit?

Omgevingsanalyse

Introductie sector - Leisure

- Nederlanders tussen de 18 en 64 jaar beduidend minder vrije tij
- 14 uur besteed aan hobby's
- Internet groei
- Meso-omgeving
- Toerisme groeit extreem

Introductie Stichting



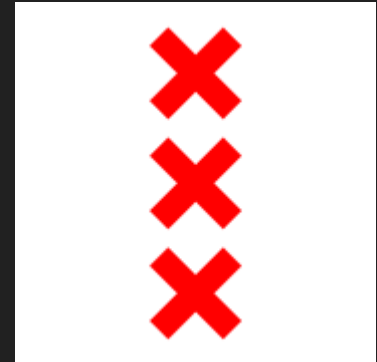
Stakeholdersanalyse

Direct stakeholders

- Bestuur
- Winkeliers / ondernemers
- Gemeente Amsterdam
- Bezoekers Amsterdam centrum
- Sponsoren

Indirecte stakeholders

- Media partners en digitale platformen
- Overige Partners: Hotelketens & Touroperators
- Vastgoedinvesteerders



<u>Primair</u>	<ul style="list-style-type: none">• Bestuur• Winkeliers / ondernemers Amsterdam centrum / begunstigers• Gemeente Amsterdam• Bezoekers Amsterdam Centrum• Sponsoren
<u>Secundair</u>	<ul style="list-style-type: none">• Media partners & digitale platformen• Overige partners• Vastgoedinvesteerders

Onderzoeksmethode

Kwalitatief onderzoek

Interviews

- Individueel
- Yet, Dick & Philip
- Reden voor gekozen personen

Enquêtes

- 150 personen (betrouwbaar)
- Hoger opgeleide Amsterdamse bewoners
- Damstraatjes & 9-straatjes

Theoretisch Kader

Centraal Thema

Betrokkenheid creëren onder Fans en Bestuur

Drie definities

- Betrokkenheid
- Fans
- Bestuur

Subthema's

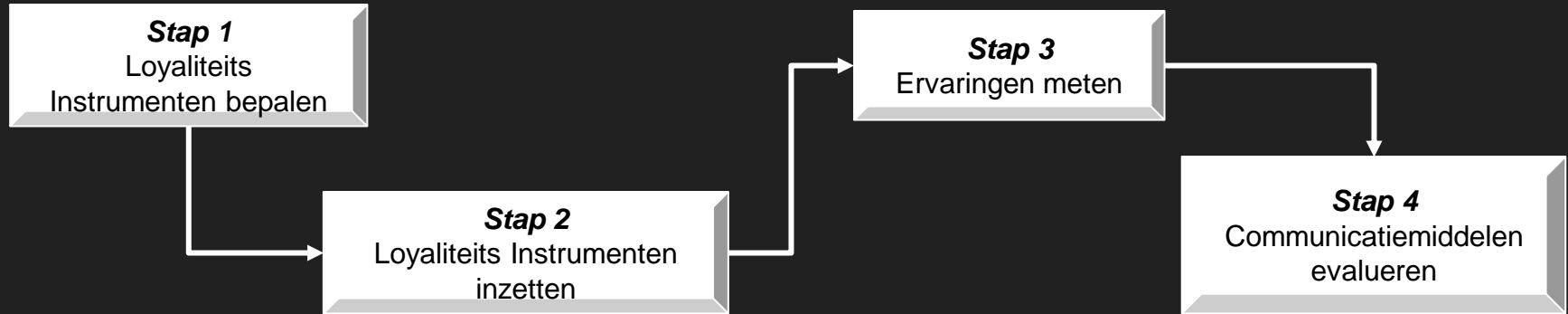
- Factoren die invloed hebben op externe betrokkenheid
 - Loyaliteit
 - Communicatie
 - Vertrouwen / transparantie
- Processen van externe betrokkenheid
 - Proces werving van vrijwilligers
 - Proces werving van donateurs
- Interne betrokkenheid

Belangrijkste resultaten

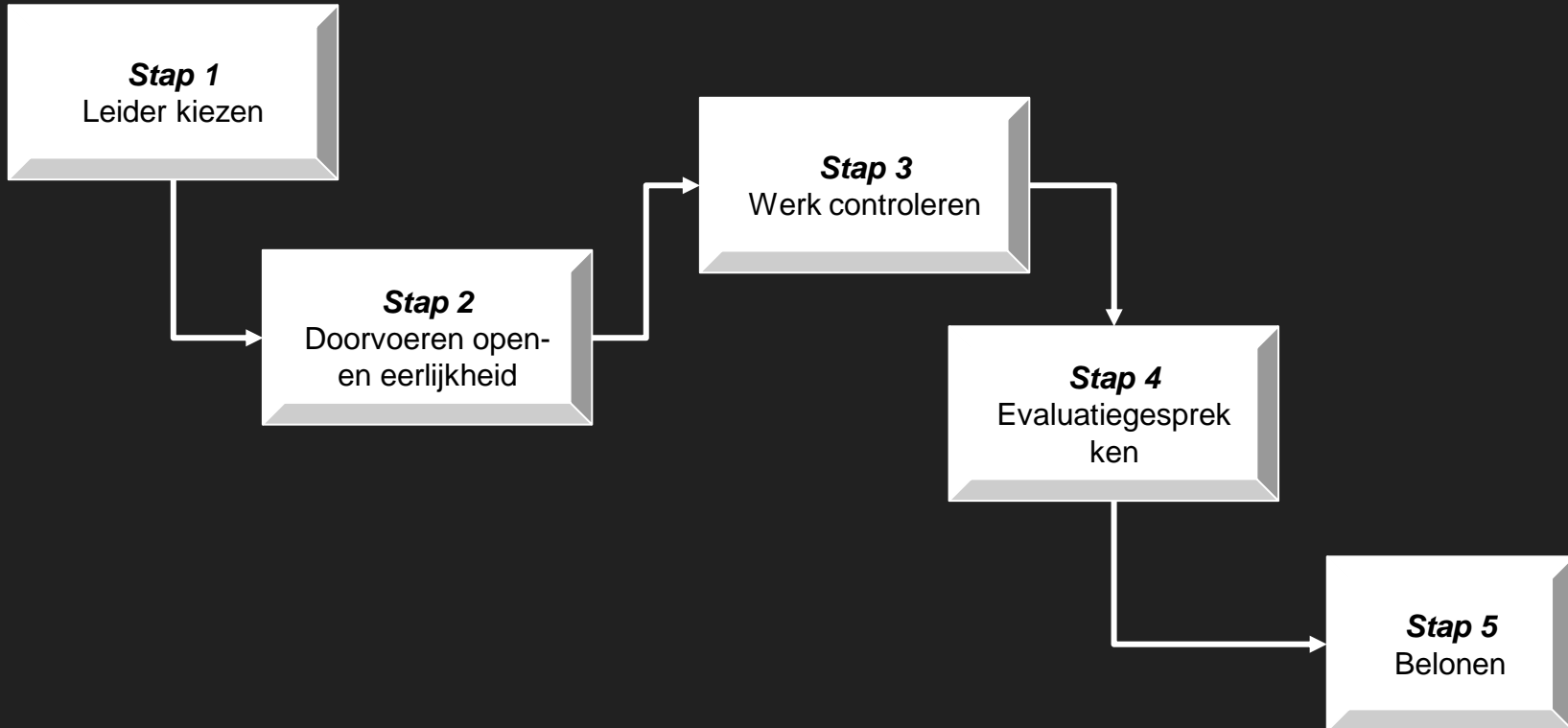
- Gebrek aan loyaliteits instrumenten, manier van inhoud en communicatie sluit niet volledig aan op doelgroep, transparantie kan worden verbeterd.
- Geen concrete processen voor werving zwart op wit, geen effectieve communicatie in de werving.
- Gebrek aan interne betrokkenheid

Ingerichte processen & Makigami's

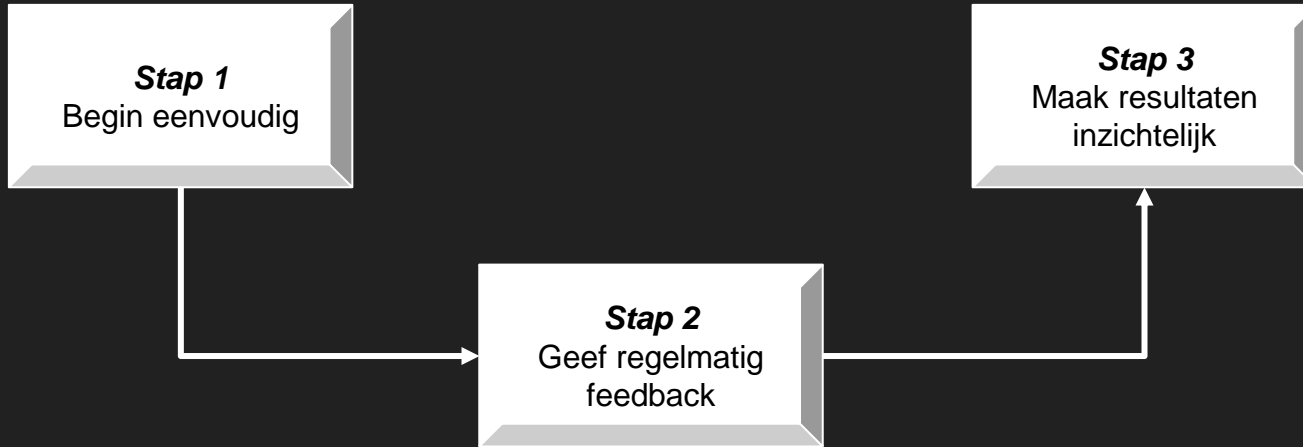
Proces 1 - Het creëren van loyaliteit & bijbehorende Makigami



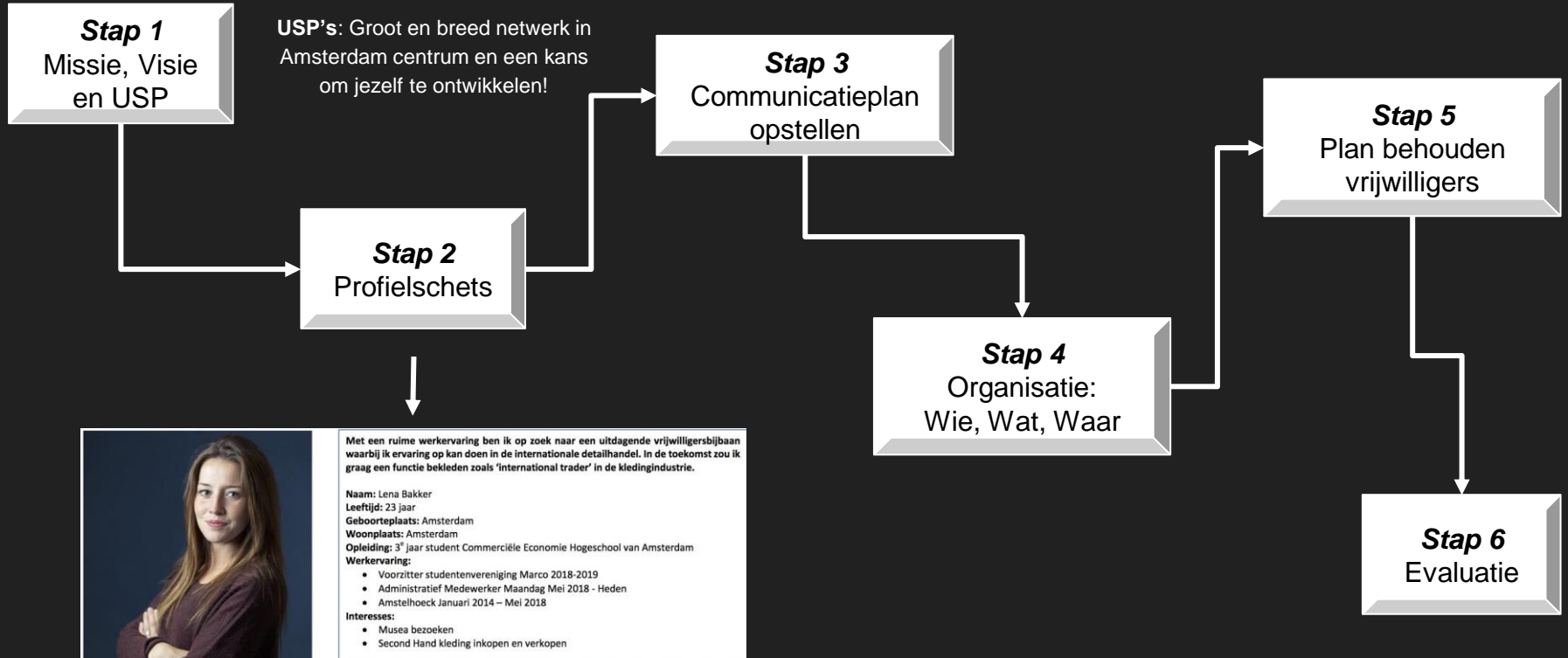
Proces 2 - Het creëren van vertrouwen / transparantie & bijbehorende Makigami



Proces 3 - Het creëren van interne betrokkenheid & bijbehorende Makigami



Proces 4 - Het werven van vrijwilligers & bijbehorende Makigami



Proces 5 - Het werven van donateurs & bijbehorende Makigami



<i>Soort reclame</i>	<i>Bedrag</i>
Reclamebord	7-12 maanden = €110,42 per maand (Budgetbusters, 2019).
Flyers	€26,- per maand (Bizay, 2019).
Social media (instagram)	€40,- per maand (Instagrow, 2019).
Facebook	€60,- per maand (Followersnet, 2019).
Youtube kanaal	€4,99 per maand (Emerce, 2019).
Totaal	€241,41

Implementatie

Tijd & Kosten

Wie	Totaal uren
Uren Yet	255 uur
Uren Dick	55,5 uur
Uren Philip	38 uur
Uren bestuur	14 uur
Uren vrijwilliger	139,25 uur

- Alle processen 1x doorlopen
- Draaiboeken

- Jaarlijks

Soort kosten	Totaal
Totale kosten (van elk proces) eenmalig	€2351,-
Totale kosten per jaar	€2.508,68

Terugblik

- Onderzoek
- Samenwerking met Stichting de Goede Zaak Amsterdam

