



WIJZER WERVEN

PROGRAMMA AANBOD

WORKSHOPS 2018



Merkpositionering

Wat?

Een sterk merk heeft een duidelijk verhaal en een herkenbaar gezicht. Dit leidt niet alleen tot meer loyaliteit onder klanten en betere financiële resultaten, maar ook tot beter gemotiveerde medewerkers. Een sterk merk heeft geen klanten maar fans.

In de workshop Merkpositionering wordt het merk van de instelling centraal gezet. Deelnemers worden meegenomen in de wereld van de sterke merken. Vervolgens wordt het eigen merk op scherp gezet. Hierbij speelt de motivatie van de medewerkers een grote rol, zij zijn per slot van rekening de beste merkvertegenwoordigers.

Denken en handelen vanuit het merk is geen doel op zich, maar een middel om bestaande activiteiten (zoals een vriendenclub, de marketing of een klantreis) aan te scherpen en op elkaar af te stemmen.

Voor wie?

De workshop is geschikt voor directie, management en marketingmedewerkers en wordt voorafgegaan met een huiswerkopdracht.

Iedere deelnemer wordt voorafgaand aan de training gevraagd een vragenlijst in te vullen. De resultaten hiervan worden verwerkt én uitgedaagd in de training. Daarna is ruimte om de uitkomst van de gekozen positionering toe te passen op enkele activiteiten van de organisatie.

Vorbereiding

Huiswerkopdracht

Duur

Deze workshop duurt 8 uur

Associatiewaarde bepalen

Wat?

Getallen zijn informatief en versterken de communicatie. Bedrijven zijn er niet voor niets zo gek op. Getallen maken concreet waar een organisatie voor staat, de reikwijdte en impact ervan en hoe succesvol een organisatie is. In deze workshop worden de relevante getallen geïdentificeerd voor jouw organisatie. Getallen waarmee je snel inzichtelijk kunt maken wat andere organisaties aan jou kunnen hebben. Ook leer je met de getallen jouw proposities voor bedrijven te waarderen en een goede vraagprijs te bepalen voor sponsoring of externe financiering. Centraal staat: Wat ben je waard? Wat stel je voor?

In de workshop wordt geleerd:

- inzicht te krijgen in kerngetallen;
- een profiel van de organisatie in getallen weer te geven;
- de kerngetallen te gebruiken voor waardering van een sponsorpropositie;
- de vraagprijs van een sponsorpropositie te bepalen

Voor wie?

De workshop Associatiewaarde bepalen is geschikt voor degenen die de organisatie vertegenwoordigen en contacten onderhouden met sponsoren, fondsen en externe financiers.

Vorbereiding

Ter voorbereiding wordt gevraagd om het huiswerkformulier waar mogelijk in te vullen. In de workshop bepaal je op basis van deze gegevens de associatiewaarde van je organisatie. Zonder deze gegevens levert de workshop minder resultaat.

Duur

De workshop Associatiewaarde bepalen duurt 8 uur.

Private financieringswerving – Basisprincipes

Wat?

Deze workshop is een kennismaking met fondsenwerving in het algemeen. Het helpt de culturele instelling aan basis-kennis en -vaardigheden om toe te werken naar een fondsenwervende organisatie. Deelnemers krijgen eerst inzichten in trends en ontwikkelingen aan de hand van voorbeelden en cases. In de middag wordt een stappenplan behandeld die de organisatie beter in staat moet stellen om succesvol te werven. De nadruk ligt op de onderwerpen: positionering, organisatie, fondsenwervingsambitie, wervingsdoelen, communicatie, geldbronnen, propositie en de geefvraag. Gedurende de dag werken de deelnemers aan het maken van een goede elevator pitch voor hun instelling. Deelnemers zijn na afloop geïnspireerd en hebben nieuwe ideeën die vertaald kunnen worden naar de eigen organisatie.

Voor wie?

De workshop is geschikt voor (algemene, zakelijke en creatieve) directies en management van culturele instellingen die zich in de fase van 'bewuste onbekwaamheid' bevinden, marketing en fundraising medewerkers en iedereen die in contact komt of kan komen met financiers, sponsors, donateurs en publiek of klanten.

Vorbereiding

De huiswerkopdracht wordt vooraf per e-mail ingeleverd.

Duur

De workshop Private Financieringswerving Basisprincipes duurt 8 uur.

Private financieringswerving - Bedrijven

Wat?

In de workshop Bedrijven leer je de benodigde stappen om een bedrijfssponsor aan je organisatie te verbinden. Van traditionele steunverzoeken naar een creatieve en effectieve manier van benaderen. De workshop wordt aan de hand van een overzichtelijk zes-stappenplan gegeven en is zowel gericht op de voorbereiding als de wervingsfase. Theorie-overdracht wordt gecombineerd met praktijkcases en break-out sessies waarbij de instelling diverse opdrachten uitwerkt. De trainers denken creatief mee met de deelnemende instellingen tijdens de oefeningen.

De volgende onderdelen komen in de workshop aan bod:

- Positionering voor bedrijven aanscherpen
- Geschikte projecten voor sponsoring selecteren
- Relevante prospects selecteren
- Warme commerciële netwerken inzetten
- Vraag gestuurd bouwstenen voor de propositie ontwikkelen

Voor wie?

De workshop Bedrijven is geschikt voor medewerkers die zich bezig houden of gaan houden met het verbinden van sponsors en partners. Voor zowel management als directie.

Vorbereiding

Er is geen voorbereiding nodig voor deze workshop.

Duur

De workshop Bedrijven duurt 8 uur.

Private financieringswerving - Particulieren

Wat?

Hoe verbind je particuliere gevers aan je organisatie? Dat is de vraag die in deze training centraal staat. Particulieren vormen een belangrijke groep voor iedere culturele instelling. Zij beginnen als publiek of bezoeker van de culturele instelling en vanuit die basis kan hun betrokkenheid groeien tot het moment dat ze vriend, donateur of lid worden.

Tijdens deze training maak je aan de hand van een aantal concrete opdrachten een start met een fondsenwervingsplan gericht op het bouwen van een vriendenkring of het betrekken van individuele gevers. De deelnemers ontvangen een overzicht van de kansen en mogelijkheden en krijgen best practices aangeleerd. Gedurende de dag leren deelnemers criteria kennen om te besluiten of een fondsenwervingsprogramma en de daarbij behorende methoden geschikt is voor hun organisatie. Aan het einde van de dag lopen de deelnemers met een overzicht de deur uit, waarin o.a. staat omschreven:

- Doelgroep voor de vriendengroep (wat is het profiel van je vriend?)
- Tegenprestaties (welke relatie ervaren je vrienden met de instelling?)
- Verwachte targets & investering (hoeveel vrienden verwacht je op welke termijn?)
- Case for support (waar dragen de vrienden aan bij?)
- Interne organisatie (wie gaat het programma organiseren en onderhouden?)
- Communicatie & ambassadeurs (wie gaan je helpen bij het opstart, en hoe communiceer je met je doelgroep?)

Voor wie?

De workshop is geschikt voor (algemene, zakelijke en creatieve) directies en management van culturele instellingen, marketing en fundraising medewerkers, en iedereen die in contact komt/kan komen met particuliere donateurs.

Vorbereiding

Er is geen voorbereiding nodig voor deze workshop.

Duur

De workshop Particulieren duurt 8 uur.

Private financieringswerving - Fondsen

Wat?

Deze workshop biedt inzicht in de benaderwijze van fondsen en stichtingen om hier het meest optimale resultaat uit te behalen. Tijdens de workshop worden de volgende 8 stappen uitgelegd en doorlopen voor een succesvolle fondsenwerving:

- hoe vind je de juiste insteek;
- hoe maak je een fondsenplan;
- hoe maak je een projectplan;
- hoe maak je een begroting en dekkingsplan;
- hoe maak je een begeleidende brief;
- hoe werkt een aanvraagprocedure;
- hoe verzorg je de lobby;
- hoe verzorg je de afhandeling.

Daarnaast worden er handige tips & tricks uit de praktijk gedeeld.

Voor wie?

De workshop is geschikt voor fundraising medewerkers en iedereen die in contact komt of kan komen met fondsen en stichtingen.

Vorbereiding

Als huiswerkopdracht bereiden de deelnemers minstens één concreet project voor waarvoor ze een fonds aanvraag willen indienen en hiervoor vullen ze een fondsenplan in. Een aantal aspecten van de projectaanvraag worden tijdens de training uitgelicht en met de groep aangepast en/of aangescherpt met behulp van kritische feedback van de trainer en groepsdiscussies. Aan het einde van de workshop heeft de deelnemer zijn eigen projectaanvraag aangescherpt zodat deze meer kans maakt om toegekend te worden. De template voor de in te vullen fondsenplan is toegevoegd en moet bij deelname worden voorbereid en meegenomen.

Duur

De workshop duurt 8 uur.

Partners werven en behouden (FFS)

Wat?

Deze vaardigheidstraining, voorheen Friends- and fundraisingskills (FFS), verandert de traditionele manier van steunverzoeken naar een manier die leidt tot lange termijn relaties. Deze nieuwe manier werkt op basis van een probleemoplossend advies- en een relatietraject op basis van wederzijds voordeel. De vaardigheden die je leert leiden tot effectievere en snellere resultaten en duurzame financierings-, donor-, sponsor- of klantrelaties. Zo'n relatiebasis biedt mogelijkheden voor uitbreiding van zaken of voor verwijzingen naar nieuwe klanten, financiers, sponsors of donateurs. De tweede leerlijn geeft je inzicht in de financiers die je op deze manier benadert, dat zijn bedrijven, fondsen en mecenasen (major donors). De derde leerlijn geeft je inzicht in de cultuur van je organisatie die de juiste voorwaarden schept om deze financiersgroepen het best te benaderen en te behouden.

Voor wie?

De workshop is geschikt voor (algemene, zakelijke en creatieve) directies en management, marketing en fundraising medewerkers, en iedereen die in contact (kan) kom(t)(en) met financiers, sponsors, donateurs en publiek of klanten.

Vorbereiding

Er is geen voorbereiding nodig voor deze workshop.

Duur

De workshop Partners werven en behouden duurt 8 uur.

Vrijwilligers Management

Wat?

Goed vrijwilligers management kan een optimaal hulpmiddel zijn om de visie en missie van de instelling te verwezenlijken en mensen aan de organisatie te binden. 'Het veld' zit te springen om vrijwilligers. Maar: nieuwe vrijwilligers uit andere groepen benaderen, hoe doe je dat eigenlijk? Organisaties zijn hard op zoek naar methodieken, handreikingen en adviezen. Want hoe bemiddel je voor al die uiteenlopende groepen? Moet je bijvoorbeeld iets met de gepensioneerden in de buurt van je organisatie? De bewoners van het asielzoekerscentrum - zijn dat ook potentiële vrijwilligers? En zo ja, hoe werf je deze mensen dan? Jongeren in je ouderenorganisatie - werkt dat wel? Wat heb je de nieuwe vrijwilligers te bieden? En wat vergt het van je organisatie?

In de workshop Vrijwilligers Management ontwikkelt een culturele instelling een verbeterde vrijwilligersorganisatie. Dit programma is opgesteld voor het vinden, binden en verbinden van vrijwilligers aan de organisatie. De huidige trends en ontwikkelingen zullen het vrijwilligerswerk veel nieuwe kansen bieden. Door het ontwikkelen van een stappenplan wordt ervoor gezorgd dat niets wordt vergeten.

Onderwerpen die o.a. aan bod komen:

- Hoger liggend doel/missie/visie: waarom bestaat uw organisatie, wat wilt u veranderen of verbeteren?
- Doelen: hoe gaat u dat bereiken (SMART)?
- Visie op vrijwilligers: waarom werkt u met vrijwilligers, wat is hun meerwaarde, wat kunt u voor de vrijwilligers zelf betekenen?
- Doel vrijwilligersbeleid: wat wilt u bereiken met dit beleid?
- Stand van zaken: hoeveel vrijwilligers zijn er actief binnen uw organisatie, wat doen ze precies, wat willen ze zelf, hoe waarderen ze de organisatie?
- Positie van vrijwilligers: waar zitten de vrijwilligers, wie stuurt ze aan en hoe, hoe hebben ze inspraak?
- Taken en taakafbakening: wat wilt u dat vrijwilligers doen, zijn er takenpakketten, werkt u met projecten?
- Werving en selectie: wie heeft u nodig, wat zijn de vereisten, hoe werft u?
- Begeleiding en scholing: hoe begeleidt u vrijwilligers (inwerken, voortgang, vragen en problemen), hoe schoolt u vrijwilligers?

Voor wie?

Een sessie Vrijwilligers Management wordt met het bestuur en directie/management van een culturele instelling gehouden en indien aanwezig de coördinator vrijwilligersbeleid.

Vorbereiding

Er is geen voorbereiding nodig.

Duur

De workshop duurt 8 uur.

Coachen in je team

Wat?

Als manager of leidinggevende wil je dat de medewerkers in je organisatie optimaal functioneren en dat de werksfeer goed en stimulerend is. Belangrijk is om te zorgen dat er goed gecommuniceerd wordt, dat taken, rollen, opdrachten, verwachtingen, etc. helder zijn. Ook wil je dat iedereen het werk doet dat is afgesproken en dat de neuzen dezelfde kant uit staan. En je vindt het belangrijk dat iedereen zich met zijn eigen afgesproken werk, taken en opdrachten bezig houdt.

Het principe is dat iedere medewerker de potentie en ambitie heeft om zijn haar werk en taken zo goed mogelijk te doen. De uitdaging voor jou als manager is een sfeer te creëren waarin dat het best tot zijn recht komt.

In de workshop leer je op een andere manier te kijken en te communiceren. Je maakt een transitie van het geven van antwoorden en oplossingen naar het stellen van goede vragen. Je leert aan de hand van een eenvoudig en direct toepasbaar model een gestructureerd gesprek te voeren, waarbij je je veel meer als coach op stelt. Medewerkers blijven zo eigenaar van hun eigen taak en opdracht en kunnen groeien in een lerende omgeving.

Opbrengst:

- Effectiever leiding geven
- Meer potentieel van medewerkers tot hun recht laten komen
- Bewust worden van je persoonlijke beïnvloedingskracht op het motiveren en presteren van mensen

Voor wie?

De workshop is geschikt voor directeuren, leidinggevende, managers die het beste uit hun team willen halen en meer willen weten over coachend leiding geven.

Vorbereiding

Er is geen voorbereiding nodig voor deze workshop.

Duur

De workshop duurt 8 uur.

CONTACT

Programmamanager Wijzer Werven:

Tanja de Jonge

Email: tanja.dejonge@wijzerwerven.nl

Telefoon: 06 - 55170091

Programma- en trainingencoördinatie:

Mathilde van der Werff (Charistar, Delft)

Email: mathilde.vanderwerff@wijzerwerven.nl

Telefoon: 085 - 003 08 00 / 06 - 24782424

Lilian van Wijngaarden (Van Dooren Advies, Amsterdam)

Email: lilian.vanwijngaarden@wijzerwerven.nl

Telefoon: 020 - 530 40 30