



Strategische beleidsnotitie Goed Contact 2016-2020

1. Missie, kernwaarden en strategische doelstellingen

Het bestuur van Goed Contact heeft voor 2016-2020 de volgende missie geformuleerd:

Goed contact is een professioneel en zakelijk netwerk in de BUCH gemeente en omstreken voor vrouwen, gericht op beroepsmatige- en ondernemingsvaardigheden en persoonlijke ontwikkeling

Met de volgende kernwaarden:

1. Verbinding (leeftijd, opleiding, generaties, loopbaan, ervaring, sectoren, ondernemers en beroepskrachten)
2. Ambitie
3. Zelf ontplooiing
4. Balans (tussen privé en werk)

De strategische doelen voor 2016-2020 zijn:

1. Verbinden van professionals:

Goed Contact is hét vrouwenennetwerk voor kennisoverdracht, intervisie en inspiratie. Wij brengen vrouwelijke professionals met elkaar in contact. Contact dat leidt tot nieuwe inzichten, bekendheid met elkaars bedrijf en regelmatig een goede samenwerking.

- Gericht op de branche
- Gericht op een bepaald thema
- Gericht op diverse leeftijdscategorieën
- Gericht op het hebben van een leidinggevende positie

1. Kennis- en vaardigheden ontwikkeling, met een gedifferentieerd aanbod

A. Masterclass.

De Masterclass is een cyclus van twee bijeenkomsten per jaar. De cyclus, met een maatbenadering voor de diverse doelgroepen van het netwerk. Goed Contact wil professionals bij elkaar brengen met het doel zichzelf, hun onderneming en elkaar te ontwikkelen en te versterken.

2. Kennis en ervaring delen

A. Netwerken

Ontbijtsessies: Eens per kwartaal praten een groep vrouwen, zowel leden als niet-leden, over actualiteiten en is er volop gelegenheid elkaar te vertellen wie we zijn, wat we doen en waar we naar op zoek zijn.

B. Intervisie

Intervisie is een gestructureerd en frequent overleg van een groep professionals om een werksituatie te verhelderen en te bewerken. Een vorm van collegiale consultatie met als doel het op peil houden of verbeteren van het functioneren. Intervisie is niet debatteren maar leren. Intervisie is leren, van jezelf van situaties van anderen.

C. Coaching

Volgens de brancheorganisatie NOBCO is coaching als volgt te omschrijven:

"Coaching is een gestructureerd en doelgericht proces, waarbij de coach op interactieve wijze de gecoachte aanzet tot effectief gedrag door:

- bewustwording en persoonlijke groei
- het vergroten van zelfvertrouwen en
- het exploreren, ontwikkelen en toepassen van eigen mogelijkheden

Coach en gecoachte* nemen ieder hun verantwoordelijkheid voor het proces."

*onder gecoachte kan ook worden verstaan: een team dat als eenheid wordt gecoacht

D. Mentorschap

Persoonlijke begeleiding op of bij het werk, waarbij leren en het opdoen van ervaring centraal staan en de individuele mogelijkheden en nieuwe vaardigheden kunnen worden ontplooid via een proces waarbij de mentor de loopbaan en ontwikkeling van de kandidaat buiten de normale meerdere/ondergeschikte-relatie ondersteunt. Het mentorschap dient in toenemende mate ter ondersteuning van de persoonlijke en professionele ontwikkeling van vrouwen.

2. Opleidingsdoelen en doelgroep

Doel	Doelgroep	Ontwikkeling	Thema	Uitvoering
Masterclass	ZZP-ers	2016	Allianties aangaan Competenties: -Ondernemen -Profileren -Samenwerken	Voorjaar 2016
Masterclass	Ondernemers	2016	Sales Competenties: -Commerciële instelling -Klantgerichtheid -Overtuigingskracht	Najaar 2016
Masterclass	Leidinggevend en Ondernemers met personeel	2017	Eigentijds leiderschap Competenties: -Leidinggeven -Persoonlijke presentatie -Vasthoudendheid	Voorjaar 2017
Masterclass	Oei, ik groei	2017	Gezondheid	Najaar 2017

	(letterlijk en figuurlijk)		Competenties: -Zelfreflectie -Efficiënt handelen -Inzet	
Ontbijtsessies	Leden + niet leden	2016	Netwerken (voorafgaande kan aangegeven worden wie wat wil vertellen)	4 x per jaar 2016 Met 2x per jaar specifiek thema 1. ik deel mijn netwerk 2. ik deel met een klant
Ontbijtsessies	Leden + niet leden	2017	Netwerken (voorafgaande kan aangegeven worden wie voor welk probleem een oplossing wenst)	4 x per jaar 2017 Met 2x per jaar specifiek thema 1. ik neem een talent mee 2. dit is mijn leermeester
Intervisie	4-8 leden	2016- 2017	Startende ondernemers	4 bijeenkomsten
Intervisie	4-8 leden	2016-2017	Ondernemers met personeel	4 bijeenkomsten
Intervisie	4-8 leden	2016-2017	In balans zijn/blijven	4 bijeenkomsten
Intervisie	4-8 leden	2016-2017	Ondernemerschap	4 bijeenkomsten
Coaching	Per individu	2017	Inschrijving van coaches	
Mentorschap	Leden	2017	Op aanvraag	Maximaal 10 sessies
Mentorschap	Leden	2017	Adviesbijeenkomst Ervaren leden stellen kennis en ervaring beschikbaar.	Bijeenkomst Najaar 2017

Voor de periode 2018 – 2020 zal een soortgelijke agenda worden opgesteld.

3. Financiën

De Stichting beoogt geen winst te maken. Het bestuur maakt een jaarlijkse begroting en zorgt voor een buffer voor de komende drie tot vijf jaar voor onvoorziene omstandigheden.

Het lidmaatschap van Goed Contact bedraagt voor de periode 1 oktober 2015 tot en met 30 september 2016 € 90,00 per jaar. Daarvoor worden tot op heden bijna alle bijeenkomsten gratis georganiseerd voor de leden. Om meer activiteiten te kunnen organiseren en om meer tegemoet te komen aan een gedifferentieerd, gekwalificeerd aanbod wordt voor de volgende jaren (2017-2020) voor de volgende optie gekozen:

Lidmaatschap van 1 oktober 2016 tot 30 september 2017 wordt € 100,00. In dit lidmaatschap zijn de navolgende zaken inbegrepen:

Gratis netwerkontbijten, bedrijfsbezoeken en kerstborrel / nieuwjaarsreceptie. Exclusieve toegankelijkheid voor masterclasses, coaching, intervisie en mentorschap. Korting op evenementen. Ruimte op de website om je bedrijf te profileren. Toegang tot de besloten groepen Linked-In en Facebook.

Samengevat kan dit als volgt worden weergegeven:

- Netwerkontbijten gratis, voor niet leden € 15,00
- Bedrijfsbezoeken gratis, voor niet leden € 15,00
- Kerstborrel / nieuwjaarsreceptie gratis, zowel voor leden als niet leden
- Smakelijk Event: bijdrage € 25,00 leden, niet leden € 35,00
- Masterclass € 35,00, alleen voor leden toegankelijk
- Intervisie bijdrage € 10,00 per persoon per keer, alleen voor leden toegankelijk
- Tarief coaching in overleg met de coach, alleen voor leden toegankelijk
- Tarief mentorschap minimaal € 25,00 per sessie van 1 uur, alleen voor leden toegankelijk

4. Evenementen

Voor de leden van het netwerk wordt maandelijks een activiteit georganiseerd die aansluit op de doelstellingen van het Goed Contact.

5. Communicatie

Communicatiemiddelen worden ingezet om de naamsbekendheid van het netwerk te vergroten, teneinde een groei in het aantal leden te bewerkstelligen én meer interactie binnen het netwerk te realiseren. Niet alleen zenden, maar ook ontvangen.

Communicatiemiddelen

Er zijn een aantal middelen die voor Stichting Goed Contact interessant zijn:

1. Website

De website moet hét informatiekanaal zijn voor de leden. Niet-leden kunnen zien wie er al lid zijn en moeten net voldoende informatie krijgen om lid te willen worden. De zgn. weggevers zijn voor de leden.

2. Weblogs (digitale column)

Het plaatsen van blogs trekt meer bezoekers naar de website, wat direct leidt tot een hogere ranking in zoekmachines. Blogs kunnen door de leden worden aangeleverd. Deels om een podium te bieden, maar vooral om kennis te delen en elkaars zichtbaarheid te vergroten.

3. Nieuwsbrief

Elke 2 maanden op een vast moment. Hierin aandacht besteden aan terugkoppeling bestuurszaken, netwerk mogelijkheden in de omgeving, verkorte teksten actuele blogs en nieuws (met link naar website).

4. Sociale media: LinkedIn, Twitter en Facebook

Stichting Goed Contact heeft een profiel op genoemde media. Om betere interactie te bewerkstelligen zijn meerdere beheerders nodig.

5. Regionale media

Twee weken vóór een open evenement (ook toegankelijk voor niet-leden) wordt een persbericht verstuurd aan alle regionale kranten. Bij voldoende ruimte volgt gratis plaatsing. De Stichting richt zich op de BUCH-gemeente en omstreken, waarmee landelijke inzet vooralsnog geen toegevoegde waarde biedt.

Strategie

Uitgangspunt is om de website leidend te laten zijn voor de content binnen alle middelen. De communicatie uitingen vormen een aanvulling daarop om de doelgroepen beter te bereiken en de onderlinge interactie te vergroten. De middelen worden met name ingezet rond evenementen en activiteiten van het netwerk, waarbij vanwege de beheersbaarheid is gekozen voor een beperkt aantal sociale media. We moeten dus niet zozeer op zoek naar ons publiek, maar het publiek moet ons vinden. Als we niet vindbaar zijn, is dat slecht voor de reputatie van het netwerk.

Alle sociale media kanalen dienen als officieel communicatiemiddel voor het netwerk en zijn niet bestemd voor privé uitingen en meningen van beheerders. Antwoorden zijn altijd uit naam van Stichting Goed Contact en bij twijfel volgt overleg met de bestuursleden.

Beheerders dienen tevens snel en 'klantgericht' met sociale media om te gaan. Alle volgers kunnen meelesen en een dag later reageren op tweets en berichten is niet goed voor de reputatie van het netwerk.

Uitvoering

Sociale media dient als extra middel naast communicatie via de website en de nieuwsbrief. Het wordt in dit geval vooral gebruikt om te zenden ter profilering van de website, het basis communicatiekanaal.

Simpele vragen kunnen direct worden beantwoord. Bij vragen over bijvoorbeeld lidmaatschap, klachten of persoonlijke situaties is het aan te raden persoonlijk contact op te nemen en geen uitgebreide communicatie via openbare kanalen te voeren.

De Facebook en LinkedIn groepen zijn uitsluitend bestemd voor leden. Beide media worden ingezet voor het profileren van evenementen en activiteiten en bieden een mogelijkheid voor interactie tussen leden. De webmaster is verantwoordelijk voor de inhoud.

Projectcommunicatie

Als we elke activiteit als een project behandelen, kun je per activiteit de mate van aandacht en profilering bepalen. Dit is ook afhankelijk van de vorm (alleen leden of open evenement). Per project moet worden bekeken of extra profilering via advertenties en/of promotiematerialen wenselijk is.

Activiteit	Middel	Uitvoering
Alleen leden	Plaatsen op website	zodra datum bekend is
	Uitnodiging per mail (ledenbestand)	6 weken vooraf
	Facebook evenement aanmaken	zodra datum bekend is

	LinkedIn groep melding Reminder per mail Twitteren	6 weken vooraf 3 weken vooraf na uitnodiging zoveel mogelijk
Open evenement	Plaatsen op website Uitnodiging per mail (nieuwsbrievenbestand) Facebook evenement aanmaken LinkedIn groep melding Reminder per mail Twitteren	zodra datum bekend is 6 weken vooraf zodra datum bekend is 6 weken vooraf 3 weken vooraf na uitnodiging zoveel mogelijk
Netwerkontbijt	Plaatsen op website Noemen in nieuwsbrief Facebook evenement aanmaken LinkedIn groep melding Twitteren	zodra datum bekend is 3 à 4 weken vooraf zodra datum bekend is 1 week vooraf met name enkele dagen vooraf

Monitoring

Het kan interessant zijn om te weten wat er over Goed Contact wordt gezegd en geschreven (internet, kranten, sociale media). Er zijn online tools om de sociale media te monitoren. Begin 2016 zijn er nog te weinig vermeldingen om dit op reguliere basis te gaan doen. Echter met de ontwikkelingen die het netwerk beoogt, zou dit vóór 2020 mogelijk opnieuw moeten worden beoordeeld.

6. Proces- en resultaatbewaking

De activiteiten zullen worden uitgevoerd door het bestuur.

Per onderdeel zullen twee leden gevraagd worden om mee te denken over de te ontwikkelen activiteit.

In het bestuur van Goed Contact is de portefeuille opleiding in handen van de voorzitter. De proces- en kwaliteitsbewaking vindt plaats in het voltallige bestuur en daarnaast zullen deskundigen uit het netwerk of daarbuiten desgevraagd worden geconsulteerd.

Bij de Masterclass zal gebruik worden gemaakt van een evaluatieformulier.

De benodigde begeleiders voor het intervisie, coaching- en mentor traject zal onder de aandacht worden gebracht van de leden en zo nodig worden aangevuld met externen.

De portefeuille communicatie is in handen van het bestuurslid communicatie.

De portefeuille evenementen is in handen van het bestuurslid evenementen.

De portefeuille financiën is in handen van de penningmeester.

De secretaris ondersteunt het stichtingsbestuur in haar werkzaamheden.

7. Planning

Voorafgaande aan de uitvoering van de strategische beleidsnotitie zullen de leden hiervan op de hoogte worden gesteld en hun inbreng kunnen leveren.

De uitvoering van deze strategische beleidsnotitie start in 2016.

Bijlage 1

Intervisie

Intervisie is:

- Onderlinge advisering
- Gericht op werksituaties
- In een leefgroep van gelijken
- Binnen een overeengekomen structuur
- In een ervaringsgericht leerproces
- Tot oplossingen komen

Voor wie is intervisie geschikt?

Intervisie is voor mensen, die zich willen ontwikkelen, in hun werk problemen willen oplossen waar geen standaardoplossingen voor zijn. Intervisie is ook voor een organisatie die in feite het leervermogen van de (mensen in de) organisatie willen versnellen en hier geen standaardrecept voor hebben.

Intervisie is voor mensen die met anderen samen willen werken. Het versterkt daarmee ook de gemeenschappelijkheid binnen de organisatie.

Intervisie is daarbij vooral geschikt voor die mensen die invloed op de uitoefening van hun eigen functioneren hebben.

Het meest wordt uit intervisie gehaald wanneer mensen bereid zijn tot openheid en het kritisch onder de loep nemen van de eigen werkwijze. Uiteraard komt dit pas goed tot zijn recht wanneer er sprake is van onderling respect.

Ook is intervisie een instrument dat goed werkt als deelnemers beschikken over een aantal basale vaardigheden. Vaardigheden zoals: luisteren, samenvatten, doorvragen, feedback geven en ontvangen.

Intervisie is niet geschikt als instrument als er hiërarchische verhoudingen binnen de intervisiegroep bestaan.

De samenstelling van de groep is minimaal 4 – 8 deelnemers.

Waar draait het om bij intervisie?

Het draait bij intervisie om situaties waar de inbrenger van het probleem invloed opheeft. Dit betekent dat een intervisievraag altijd een zakelijke en een persoonlijke kant heeft. Zakelijk: want het werk is de insteek. Persoonlijk: want jouw hantering van het vraagstuk komt daarbij aan bod. In de intervisie gaat het vaak om een dilemma waar je op meerder manieren tegen aan kunt kijken en wat op meerdere manieren aangepakt kan worden. Juist de “meerdere manieren” geeft een keuzevrijheid. Dit opnieuw kunnen kiezen is een typisch intervisieresultaat.

Werkwijze van intervisie

Vragen stellen is in feite hét intervisievoertuig. Dit stelt wel eisen op het gebied van openheid en respect van de deelnemers. Intervisie vraagt van mensen de interpretaties en vooronderstellingen aan de kante zetten en samen op onderzoek gaan.

In de intervisie brengt iemand een kwestie in en anderen ‘bevragen’ de probleeminbrenger. De inbrenger van het probleem/de vraag vertelt over de situatie die hem bezighoudt.

De andere deelnemers bevragen hem, vragen door en vormen zich een beeld van het probleem. Wanneer de deelnemers voldoende informatie hebben, zijn ze a.h.w. uitgevraagd. Op dat moment ontstaat een nieuwe situatie nl:

- De deelnemers hebbe een visie ontwikkeld op het probleem van degene die het inbracht;
- De probleeminbrenger heeft door het antwoord geven op de vragen, zélf ook een ander inzicht ontwikkeld in het vraagstuk.

Met andere woorden er is door te vragen en te exploreren een andere verhouding tot het probleem ontstaan. Een andere zienswijze bijvoorbeeld op de eigen rol, de eigen aanpak.

De basistechniek van intervisie is actief luisteren, vragen, luisteren samenvatten en doorvragen.

Er zijn verschillende modellen ontwikkeld.

Intervisie heeft de volgende voordelen t.o.v. opleidingen:

- Eenvoudig
- Het verwerft nieuwe kennis
- Het leren van elkaar

Noodzakelijk is om goed aandacht te besteden aan de invoering van intervisie. Zonder begeleiding komt dit niet op gang.