

# Project Nieuwe Wegen



# Inhoudsopgave

<b>Project Nieuwe Wegen</b>	<b>1</b>
<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<i>Het projectteam</i>	<b>1</b>
<b>Onderdeel A: facilitaire samenwerking</b>	<b>2</b>
ICT ondersteuning	<b>2</b>
<i>Office365 voor maatschappelijke organisatie</i>	<b>2</b>
<i>Ondersteuning beheer computers</i>	<b>2</b>
<i>Hulp bij calamiteiten</i>	<b>2</b>
<i>Monitoring</i>	<b>2</b>
<i>Anti Virus</i>	<b>2</b>
<i>Hulp bij gebruik van programma's</i>	<b>3</b>
Uitbesteden van de boekhouding	<b>3</b>
Verzekeringen	<b>3</b>
Telefonie en internetabonnement	<b>3</b>
Bereikbaarheid van MO's	<b>3</b>
Juridische Risico's	<b>4</b>
Wijziging privacywetgeving	<b>4</b>
Vergaderlocaties	<b>4</b>
Reacties op aanbod door MO's	<b>4</b>
<b>Onderdeel B: van SWOT naar werkplan</b>	<b>5</b>

Methodiek verder verfijnen met koplopergroep	5
<i>Stap 1 de SWOT analyse</i>	5
<i>Stap 2 CANVAS businessmodel</i>	5
<i>Stap 3 Marketing en communicatie</i>	5
<i>Stap 4 Het werkplan</i>	6
<b>Onderdeel C: de Online Diensten Catalogus (ODC)</b>	6
Programma van eisen en vaststellen functionaliteit	6
De nieuwe website met ODC	6
Handleiding voor de gebruikers	6
<b>Wetgeving AVG</b>	8
<b>Doorontwikkeling platform MN-Li.nl</b>	8
<b>Informatievoorziening naar de MO's</b>	8
<i>Input door MO's</i>	9
<i>Deelnemersbijeenkomsten SMOL</i>	9
<b>Deelnemende organisaties aan project Nieuwe Wegen</b>	9
De koplopergroep	9
Deelnemende MO's uitrol	9
Opbrengst voor de MO's	10
Waardering van het project door deelnemende MO's	10
<b>Tussenevaluatie met Provincie Limburg</b>	10
<b>Methodiek beschikbaar voor MO's</b>	11
<b>Financiële verantwoording</b>	11
<b>Conclusie</b>	12
<b>Bijlage 1: Aanbod voor MO's</b>	13
<b>Bijlage 2: Quick Scan resultaten</b>	41

<b>Bijlage 3: opbrengsten CANVAS</b>	<b>43</b>
<b>Bijlage 4: Digitaal Platform Verbinden</b>	<b>44</b>
<b>Bijlage 5: Social Media hoe werkt het</b>	<b>46</b>
<b>Bijlage 6: Format voor werkplan</b>	<b>47</b>
<b>Bijlage 7: Evaluaties deelnemers</b>	<b>68</b>

# Project Nieuwe Wegen

## Inleiding

Het project Nieuwe Wegen is in opdracht van st. SMOL uitgevoerd door een projectteam dat betrokken is geweest bij het onderzoek naar samenwerking van de verschillende maatschappelijke organisaties op facilitair gebied. De conclusies van dit onderzoek waren de basis voor het project Nieuwe Wegen. Dit project is gefinancierd door de Provincie Limburg.

### Het projectteam

Frank Joosten (projectleider). Project management.

Heidy Amory (project medewerkster). Verantwoordelijk voor de thema's marketing, communicatie en social media.

Hans Diederer (project medewerker). Verantwoordelijk voor de thema's SWOT, CANVAS, gezamenlijke inkoop diensten, Online Dienstencatalogus.

De rapportage is analoog het projectplan opgezet. Per onderdeel wordt beschreven wat de aanpak en resultaten zijn. In de bijlage staan de documenten die hier betrekking op hebben.

Namens het project team willen wij alle deelnemende MO's bedanken voor de prettige samenwerking, de provincie voor haar steun aan dit project. Een speciaal woord van dank aan Suzanne Stevens van GIPS S&L die op de achtergrond alles gecoördineerd heeft, Wil Reijners van COS Limburg voor de hulp bij de accountants verklaring en Rachel Amory voor het ontwerpen van het logo. Door jullie is dit project een succes geworden.

Frank Joosten

Heidy Amory

Hans Diederer



## Onderdeel A: facilitaire samenwerking

Op basis van het onderzoek MO facilitair is er nader onderzocht of er samenwerking te vinden is op het gebied van:

- financiële dienstverlening
- bereikbaarheid en vergaderlokaties
- telefonie en internet
- ict ondersteuning
- uitbesteden van de boekhouding

Er is marktonderzoek gedaan op verschillende gebieden en gekeken op welke wijze er voor MO's er kosten te besparen zijn en/of een kwalitatieve verbetering te behalen is. De resultaten worden iedere keer verwoord in een zogenaamd "aanbod". Dit is een beschrijving van de dienst met de daarbij behorende voorwaarden, afspraken etc. waarvan MO's vrijblijvend gebruik van kunnen maken.

### ICT ondersteuning

Gebleken is dat maatschappelijke organisaties die gebruik maken van computerapparatuur, deze deels in eigen beheer hebben. Kennis van computersystemen is vaak niet of in onvoldoende mate aanwezig waarbij organisaties soms op vrijwilligers aangewezen zijn of via het informele netwerk hun problemen met computerapparatuur oplossen. Geconstateerd is dat hier een kwalitatieve slag gemaakt kan worden. De navolgende onderwerpen zijn daarop onderzocht en hebben al dan niet in een aanbod geresulteerd.

#### Office365 voor maatschappelijke organisatie

Microsoft biedt maatschappelijke organisaties zeer gunstige voorwaarden en tarieven aan voor het gebruik van Office365. Het uitzoeken van de juiste wijze waarop dit aan te vragen is, blijkt een omvangrijke klus te zijn en vereist enige kennis van computersystemen. Met name de voorwaarde dat aantoonbaar gemaakt moet worden dat de aanvrager een maatschappelijke organisatie is, vergt specifieke kennis. Er is een heldere handleiding gemaakt voor MO's zodat zij zelf Office365 kunnen aanvragen. Voordelen: altijd de laatste versie van de software, automatische up-dates, geen illegale software, kostenbesparing. Voor details zie: bijlage 1: aanbod 7 stappenplan Office 365.

#### Ondersteuning beheer computers

Op basis van een gesprek met een dienstverlener op dit gebied is er een inventarisatie gedaan bij MO's in hoeverre zij behoefte hebben aan welke type van ondersteuning. Het betreft de volgende ondersteuning:

##### Hulp bij calamiteiten

Op het moment dat computers 'het niet meer doen' kunnen zij hulp bieden. Het ter plekke uitvoeren van reparaties, herstellen van software etc. behoort tot de mogelijkheden.

##### Monitoring

Het is ook mogelijk om computers op afstand als het ware te monitoren. Daarbij wordt in een vroegtijdig stadium herkend of er zich problemen gaan voordien. Bijvoorbeeld het crashen van de harde schijf. Vertragen van de computer door specifieke bestanden of programma's die niet ge-up-date worden. Hiermee wordt voorkomen dat er schade aan apparatuur of bestanden optreedt.

##### Anti Virus

Het scannen en verwijderen van virussen.

### Hulp bij gebruik van programma's

Het gebruiken van programmatuur zoals office pakket kent iedereen. Soms komt het voor dat er in het gebruik zaken niet lukken omdat niet duidelijk is hoe het programma werkt. Hulp, ondersteuning, een vraagbaak geeft dan vaak net die informatie die je verder kan helpen.

Om de behoefte te inventariseren is een brief met een korte enquête (4 vragen) rondgestuurd. Van de 29 MO's hebben er 11 gereageerd. Daarvan geven 10 MO's aan geen behoefte te hebben aan ondersteuning. Besloten is hier geen aanbod voor te gaan formuleren.

### Uitbesteden van de boekhouding

Er is een inventarisatie gedaan of er voldoende behoefte is bij MO's om de boekhouding uit te besteden. Van de 14 MO's die gereageerd hebben, besteden 8 dit uit. Er is echter geen interesse dit gezamenlijk aan te gaan besteden. Dit komt mede omdat een aantal MO's zonder kosten meeliften bij andere organisaties. Besloten is dit traject niet verder te vervolgen.

### Verzekeringen

Maatschappelijke organisaties hebben met een diversiteit van verzekeringen te maken. Allereerst is er een inventarisatie gedaan welke verzekeringen door de verschillende MO's zijn afgesloten. Van de 29 MO's hebben er 13 gereageerd op de inventarisatie.

Met deze opbrengst is het gesprek met een aantal tussenpersonen van verzekeringen gesproken. De insteek was een pakket te onderhandelen voor de verzekeringen die voor alle MO's van toepassing zijn. O.a. bestuurdersaansprakelijkheid, WA, rechtsbijstand. Gebleken is echter dat verzekeraars hier niet op in kunnen stappen omdat de te verzekeren risico's te divers zijn. Op dit punt blijkt het dus niet mogelijk een collectiviteit af te spreken.

De gemeenten hebben een vrijwilligersverzekering voor hun inwoners afgesloten. Een gedateerde lijst die KBO Limburg ooit had opgesteld is geactualiseerd. Daarnaast is met een verzekeringsadviseur een aanbod gemaakt om structurele sponsoring te krijgen via het afsluiten van verzekeringspolissen. Voor de achterban/leden/vrijwilligers van de MO's is de mogelijkheid om het verzekeringen pakket door te laten lichten. Op basis van een vrijblijvend advies zal in geval van een overstap een deel van de vergoeding die de verzekeringsadviseur ontvangt, naar de MO gaan. Voor details zie bijlage 2: aanbod 8 vrijwilligersverzekeringen via gemeenten. Bijlage 3: aanbod 6 verzekeren = sponsoren.

### Telefonie en internetabonnement

Er zijn vele aanbieders voor telefonie en internet. Het blijkt dat het toch de moeite waard is om hier een keer goed naar te kijken. Er is een aanbieder gevonden die vrijblijvend de MO's doorlicht en adviseert op het gebied van internet en telefonie. Het is aan de MO of ze hier gebruik van willen maken. Om te bezien in hoeverre de aanbieder inderdaad een goed aanbod heeft, is in eerste instantie bij 4 MO's een dergelijk traject gestart. Het resultaat is dat:

- Eén MO overstapt en de investering die hij moet doen binnen een half jaar terug heeft verdiend;
- Eén MO geen betere service of gunstiger tarief krijgt en niet overstapt;
- Eén MO een betere dienstverlening en meer mogelijkheden krijgt voor een iets lager tarief en dus overstapt;
- Eén MO een kostenbesparing kan realiseren en overstapt na afloop van het abonnement.

Op basis van deze bevindingen is er een aanbod voor MO's gemaakt. Voor details zie bijlage 5: aanbod 9 telefonie en internet aansluiting.

### Bereikbaarheid van MO's

Een aantal MO's is slecht te bereiken. Niet alle MO's werken vanuit een vaste locatie met een telefoniste of kunnen gebruik maken van een secretariaat dat de hele dag bereikbaar is. MO's missen daarmee mensen die vragen hebben of anderszins contact zoeken. Dat zijn gemiste kansen voor MO's waardoor hun werkzaamheden en activiteiten belemmerd worden. Vanuit het project Nieuwe Wegen is een vergelijking gemaakt tussen diverse aanbieders van de dienst "telefoniste op

afstand". Door de telefoon door te schakelen naar de dienstverlener worden telefoontjes beantwoord en krijgt de betreffende MO een mail met de informatie. Door een koepelovereenkomst vanuit SMOL aan te gaan en de MO's op dat abonnement mee te laten liften worden de kosten per MO een stuk lager. Voor details zie bijlage 4: aanbod 10 Bereikbaarheid. MO's is gevraagd te reageren voor 16-6-2017. Er heeft zich geen enkele MO gemeld voor deze dienst.

### **Juridische Risico's**

In samenwerking met het Juridiqua (juridisch adviesbureau) is een quick scan gemaakt voor de MO's. Door enkele vragen in te vullen wordt een indicatie gegeven of er risico's op juridisch gebied bestaan. Juridiqua heeft zich bereid verklaart om voor deelnemers van SMOL, vervolgens het eerste gesprek te voeren, zonder kosten in rekening te brengen. Op 5 september 2017 is een mail naar alle deelnemers van SMOL gestuurd. Voor details zie bijlage 6: aanbod 11 Risico scan privacywetgeving.

### **Wijziging privacywetgeving**

Per mei 2018 wordt de wetgeving rondom privacyregels aangepast. Dit is voor een aantal MO's ook van toepassing. Om MO's te informeren is hiervoor een aanbod gemaakt waarbij achtergrondinformatie gegeven is en een quick-scan is bijgevoegd zodat MO's hun eigen risico's op dit punt kunnen inschatten. Voor verdere informatie wordt verwezen naar de expert in deze. Voor details zie bijlage 7: aanbod 12 Risico scan privacywetgeving.

### **Accountants verklaring**

Tijdens de deelnemersvergadering van 10-5-2017 is het voorstel gedaan om gezamenlijk een accountant voor het opstellen van de accountantsverklaring te gaan zoeken. Zij Actief en KBO hadden in deze de handen al in elkaar geslagen. Besloten is vanuit het project Nieuwe Wegen dit voor alle deelnemers die daar interesse in hebben te gaan coördineren. De inhoudelijke deskundigheid is door COS Limburg (dhr. W. Reijners) voorzien. Op 21 juni 2017 is een mail gestuurd ter inventarisatie van de behoefte. De deadline voor de reactie was op 15 juli 2017. Er hebben 14 van 25 MO's gereageerd waarvan 6 hier interesse in hebben. Dit heeft geresulteerd in aanbod 13: accountantsverklaring. Van de 6 MO's hebben 2 gebruik gemaakt van het aanbod omdat het voor deze organisaties een voordeel bood. De keuze voor het accountantsbureau blijft bij de betreffende MO liggen. Na de eerste offerte ronde waarop de MO's hun keuze hebben gemaakt, is de MO's gevraagd zelf de details met het betreffende bureau te bespreken en tot een definitieve samenwerking te komen. Voor details zie bijlage 8: aanbod 13 Accountantsverklaring.

### **Vergaderlocaties**

Aanbod 14 gaat over de vergaderlocaties waarbij gekeken is naar kleine gelegenheden, wijkpunten gemeenschapshuizen, etc. Deze hebben vaak prima faciliteiten tegen lage kosten. Het overzicht is eveneens via de dienstencatalogus op mn-li.nl op te vragen. Deelnemers is gevraagd input te geven om de lijst verder aan te vullen.

### **Reacties op aanbod door MO's**

Voorafgaande aan het project Nieuwe Wegen is er een inventarisatie gedaan op welke gebieden een gezamenlijke inkoop van diensten/producten MO's goedkoper uit zijn of kwalitatief een stap vooruit kunnen zetten. (zie rapportage MO-faciliteitair). Deze gegevens die in het veld zijn opgehaald zijn uitgangspunt geweest voor het verder uitwerken van het aanbod zoals hierboven beschreven. Aanbod wordt op verschillende manieren onder de aandacht gebracht door SMOL. Tijdens de deelnemersbijeenkomsten, in de nieuwsbrieven en door separate mailings. Er is specifiek gevraagd te laten weten of er wel of geen gebruik gemaakt wordt van het aanbod. Het uiteindelijke resultaat v.w.b. terugkoppeling over het deelnemen of gebruik maken van het aanbod valt tegen. Slechts door enkele MO's wordt gereageerd op het aanbod dat men krijgt. Van de meeste MO's weten we niet of er gebruik van gemaakt wordt. Op de vraag om zelf ideeën aan te dragen wordt helemaal niet gereageerd. Een overzicht van reacties op aanbod en inventarisatie-vragen is als bijlage bijgevoegd.



## Onderdeel B: van SWOT naar werkplan

Dit onderdeel is er op gericht om MO's te helpen met op een andere manier naar hun organisatie te kijken. Door een meer bedrijfsmatige blik leren organisaties kansen te ontdekken waar zij hun maatschappelijke relevantie kunnen vergroten. Daarbij is gekeken naar enerzijds nieuwe dienstverlening of producten en anderzijds naar nieuwe doelgroepen. De gevolgde werkwijze is afgeleid van het bedrijfsleven waar gewerkt wordt met SWOT analyses, businessmodellen, marketing- en PR plannen. Door deze modellen te vereenvoudigen kunnen ze toepasbaar gemaakt worden voor MO's.

### Methodiek verder verfijnen met koplopergroep

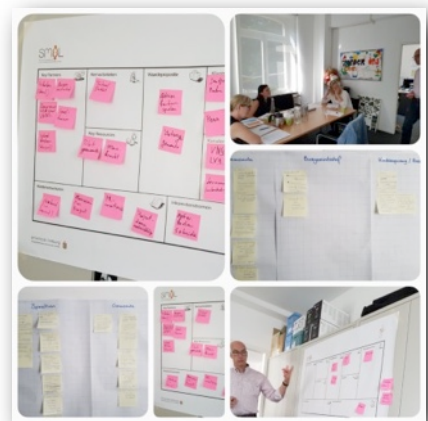
De aanpak zoals deze in de projectaanvraag is beschreven is uitgangspunt geweest voor de verdere ontwikkeling van de methodiek. Daarbij zijn we met vier MO's het traject ingegaan. Met deze vier MO's, de koplopergroep, is het traject als pilot ingezet om de methodiek uit te proberen. Verder hebben zij input geleverd waarmee de methodiek verder verfijnd is.

#### Stap 1 de SWOT analyse

De MO's is gevraagd een SWOT analyse te maken voor hun organisatie. Deze SWOT is enerzijds bedoeld inzicht te geven in de eigen organisatie en anderzijds dient deze als basis voor het opstellen van het CANVAS Businessmodel. Een voorbeeld van een SWOT is als bijlage .. bijgevoegd.

#### Stap 2 CANVAS businessmodel

Aan de hand van het CANVAS businessmodel is voor de MO's een nieuw product/dienst en/of een nieuwe doelgroep bedacht. MO's werden uitgedaagd keuzes te maken op basis van hun missie om tot een solide business model te komen. Uitgangspunt waren de sterke punten die uit de SWOT komen. Per MO zijn minimaal twee CANVAS modellen uitgewerkt. In deze modellen werd ook gekeken naar de kosten en baten van een nieuw idee. De onderwerpen van de CANVAS modellen van de verschillende organisaties zijn in de bijlage opgesomd. De werkwijze met deze Canvas modellen werd als zeer verrijkend ervaren. Een relatief eenvoudige en snelle manier om samen met het hele team tot een nieuw of beter uitgewerkt product of dienst te komen. In de toekomst kunnen de MO's zelf aan de slag met nieuwe canvasmodellen. Het was ook een eye-opener om te zien en te ervaren waar de overlappingen en knelpunten bij de verschillende organisaties aanwezig waren. Het enthousiasme en de drive waarmee we met elkaar gewerkt hebben en de daaruit volgende resultaten overstegen ieders verwachting. Gemotiveerd en met een duidelijke visie werden de nieuwe plannen verder uitgewerkt en meegenomen in het daaropvolgend communicatieplan.



#### Stap 3 Marketing en communicatie

MO's krijgen een syllabus met praktische informatie over marketing voor maatschappelijke organisaties. Op basis van deze theorie is gekeken met organisaties naar hun missie en visie. Er is samen een aanzet gemaakt om te komen tot een pitch. De verschillende communicatiekanalen zijn behandeld waarbij het accent op social media en het gebruik van het digitale forum maatschappelijknetwerklimburg.nl (mn-li.nl) is gelegd. Tevens is er een quick scan naamsbekendheid uitgevoerd. Door gebruik te maken van de netwerken van de MO's en hier een enquête uit te zetten, is inzicht gekregen hoe bekend MO's zijn en of er kennis is van de activiteiten van de MO's. Tevens is getracht er een verdieping aan te geven door daarnaast een aantal organisaties ook nog eens telefonisch te bevragen. In de praktijk blijkt dit echter dusdanig tijdrovend te zijn, dat dit bij de uitrol van het project (onderdeel D) niet meer is gedaan.

Op het gebied van het gebruik van Social Media en MN-Li.nl is gekozen om hier sterk op in te zetten tijdens de begeleidingsuren van de MO's. Het kennisniveau bij MO's is zeer verschillend. Er is daarom een schema gemaakt dat de werking



van social media inzichtelijk maakt (zie bijlage 5). Dit is als PowerPoint opgenomen in het lesmateriaal dat ingezet is. Diegene die binnen de MO de kartrekker is op dit gebied, is intensief begeleidt zodat deze de kennis binnen de MO kan worden gedeeld. Als extra gereedschap is een Excelbestand "opzetten en inrichten communicatiestructuur.xls" (zie bijlage 6) gemaakt voor de MO's die te gebruiken is om communicatiekanalen te kiezen en berichtgeving te structureren en te plannen. Dit document is ook onderdeel van het werkplan format zoals dat is ontwikkeld (zie bijlage 6).

#### Stap 4 Het werkplan

Op basis van de onderdelen zoals deze met de koplopers en naderhand tijdens de uitrol zijn gedaan: SWOT, CANVAS, Communicatieplan, is een opzet gemaakt voor een format voor het werkplan. Naast de voornoemde elementen zijn er tevens een formats voor een begroting en een planning gemaakt zodat het een compleet pakket is. Het werkplan beschrijft de resultaten die behaald gaan worden en gaat minder op detailniveau per project. Dit wordt indien van toepassing opgenomen in het projectplan. Deze opzet is besproken met de provincie Limburg met als vraag dit format eveneens aan te bieden aan MO's naast het bestaande format. De provincie heeft aangegeven dat dit format gebruikt kan worden mits aan eventuele eisen vanuit de subsidievoorwaarden voldaan wordt.

## Onderdeel C: de Online Diensten Catalogus (ODC)

Doel van dit onderdeel van het project is om de diensten en producten die MO's hebben makkelijker vindbaar te maken. De ODC is integraal onderdeel van het forum MN-Li.nl. De diensten catalogus dient door de MO's zelf gevuld en beheerd te worden v.w.b. hun eigen diensten. Daarbij zal gelet moeten worden op het koppelen van de juiste zoektermen aan de betreffende dienst of product. Er is veel aandacht besteed aan de zoekfunctie van de site zodat bezoekers snel en effectief tot de juiste resultaten komen. Daarbij is de zoekfunctie zo opgezet dat de bezoeker geholpen wordt de juiste zoektermen te gebruiken.

### Programma van eisen en vaststellen functionaliteit

Op basis van een flowschema is de functionaliteit van de website beschreven. Tevens is van de gelegenheid gebruik gemaakt om de look and feel van de gehele website mn-li.nl aan te pakken. Doel was de site minder druk te maken, overzichtelijker en met als centraal onderwerp de zoekfunctie voor de ODC. Er wordt naast tekst ook gebruik gemaakt van pictogrammen. De menustructuur is aangepast. De ODC is responsive gemaakt waardoor deze ook geschikt is voor gebruik op tablets en smartphones. De bouwer van de website, Postul-Art uit Roermond, heeft als sponsoring de bestaande pagina's van de website aangepast aan de nieuwe stijl van de ODC. Deze arbeidsuren t.w.v. €1.500,-, hebben zij voor hun rekening genomen als sponsoring van het project.

### De nieuwe website met ODC

Het projectteam heeft in juli 2017 de nieuwe functionaliteit van de website getest en bijgestuurd. Dit in samenwerking met de webbouwer. Op 7-7-2017 is MN-Li overgegaan in de nieuwe lay out. De Online Diensten Catalogus is in eerste instantie niet mee live gegaan omdat deze nog gevuld moet worden door de MO's.

### Handleiding voor de gebruikers

De gebruikers van MN-Li zijn geïnformeerd over de nieuwe website tijdens de deelnemersvergadering van 10-5-2017. Vervolgens is er SMOLTALK7 er volledig aan gewijd hoe de overgang naar de nieuwe site gedaan gaat worden. SMOLTALK8 informeert dat de site live is en dat de Dienstencatalogus ingevuld moet worden. Ook de instructie bijeenkomsten worden nogmaals aangehaald. Daarnaast is tevens een handleiding opgenomen van de nieuwe website. Deze handleiding staat op de site onder de help functie. MO's is ruimschoots de tijd gegeven om de diensten catalogus te vullen. Tevens is de mogelijkheid geboden extra ondersteuning te krijgen waarvoor een aantal instructie bijeenkomsten is georganiseerd. Daarvan hebben 7 MO's gebruik gemaakt. De deadline voor het



vullen van de database was 8-9-2017.

De nieuwe website met zijn volledige functionaliteit is live gegaan op 15-09-2017. Bij het live gaan van de website waren 69 diensten ingevuld door 13 MO's. Door 11 MO's waren de diensten niet op tijd ingevuld. In de maanden daarna zijn er meer MO's diensten gaan invullen. Tijdens de deelnemersvergadering van 30-5-2018 is nogmaals het belang van de dienstencatalogus aangehaald met het dringende verzoek deze te vullen. De stand per 30-06-2018 is 144 diensten door 23 MO's ingevuld.

Een overzicht van het aantal diensten per organisatie is onderstaand opgenomen:

Organisatie	Aantal diensten
ABC afd. Limburg	1
Buddyzorg Limburg	6
COC Limburg	1
COS Limburg	5
Cubiss	1
De Pijler	0
Dienst Kerk & Samenleving	3
FAM!	5
stichting GIPS S&L	14
Humanitas	11
Jeugdwerk Limburg	10
JNL	6
Jong NL Limburg	23
KBO	16
Kledingbank Limburg	5
KVG	0
LAJK	0
LKV	0
Mentorschap Limburg	2
PPD	2
Provincie Limburg	0
Scouting Limburg	8
SMKK	3
SMOL	2
Spel	6
VKKL	7
Voedselbank Limburg	0
ZijActief	2
Zonnebloem Prov. Limburg	5
Vluchtelingenwerk (nvt pas aangesloten)	
<b>Totaal:</b>	<b>144</b>

## Wetgeving AVG

Niet voorzien in het project maar wel noodzakelijk in het kader van de nieuwe wetgeving op het gebied van persoonsgegevensbescherming (AVG) zijn enkele maatregelen die de website en SMOL aangaan. Deze zijn meteen meegenomen in de werkzaamheden voor de verbetering van de site. Er is een privacy statement gemaakt en een privacy beleid opgesteld. Met de leverancier van de website is een verwerkersovereenkomst aangegaan.

## Doorontwikkeling platform MN-Li.nl

Gedurende de looptijd van het project speelde op verschillende niveaus en bij meerdere partijen de vraag hoe in Limburg de burgers, overheden, MO's, onderwijs, zorg en bedrijfsleven met elkaar in verbinding gebracht kunnen worden. Een lastig vraagstuk aangezien er op dit moment allerlei initiatieven genomen worden die zich meestal op één bepaalde doelgroep of onderwerp richten. Voorbeelden zijn bijv. wehelpen.nl, vereniginglimburg.nl, L1link.nl, cubigo.nl, elisehelpt.nl, etc. met vertegenwoordigers van de provincie Limburg is gesproken over dit thema. Partijen zijn zoekende en denken veelal aan een digitale oplossing voor dit vraagstuk. Deze gedachtegang is niet vreemd echter kan ook niet effectief zijn zoals uit een aantal praktijkvoorbeelden gebleken is. Kijkende naar de potentie van MN-Li.nl en de structuur waarop dit platform gebouwd is, blijkt dit oplossingen te bieden. Vanuit de filosofie waarop MN-Li.nl gebaseerd is, blijkt het een kleine stap om dit platform of de structuur van dit platform, zodanig uit te breiden dat het invulling geeft aan deze vraag. Hoe dat werkt is uitgewerkt in de beschrijving van het product: Digitaal Platform Verbinden (DPV). De informatie is in bijlage toegevoegd. Tijdens de bijeenkomst netwerksturing d.d. 22-12-2017, is dit concept voorgesteld aan de deelnemers. Vanuit SMOL is toen ook verteld dat er reeds samenwerking gezocht is met de afdeling communicatie van de Provincie Limburg (mw. M. Fiolet) en het Huis voor de Zorg (dhr. J. Maes). Het huis voor de Zorg is eveneens bezig met een project om 'burgerkracht' te etableren. Ook zij denken aan een digitale oplossing. Tijdens de bijeenkomst netwerksturing geeft het Centrum voor Positieve gezondheid aan ook met een digitale oplossing aan de slag te zijn. Tijdens dit overleg is dan ook besloten de krachten te bundelen.



## Informatievoorziening naar de MO's

De deelnemers van stichting SMOL zijn gedurende het project op verschillende manieren op de hoogte gehouden van de voortgang van het project. In de verschillende nieuwsbrieven (De uitgaven van SMOLTALK zijn terug te vinden op mn-li.nl bij de nieuwsberichten van SMOL.) is bericht over de status en voortgang van het project:

- SMOLTALK 4 beschrijft de aankondiging van het project;
- SMOLTALK 5 informeert over ontwikkelingen en is tevens aankondiging van de deelnemersbijeenkomst op 10 mei 2017;
- SMOLTALK 6 geeft de up-date weer die tevens op de deelnemersbijeenkomst is besproken;
- SMOLTALK 7 is gewijd aan de nieuwe opzet van MN-Li en de Online Diensten Catalogus die in september live gaat;
- SMOLTALK 8 up-date nieuwe website live, de gebruikershandleiding is beschikbaar en instructie bijeenkomsten gepland;
- SMOLTALK 9 voortgang van het project en oproep om nog mee te doen;



### Input door MO's

Organisaties zijn d.m.v. enquêtes gevraagd hun input te geven. Dit betrof met name inventarisaties van behoeften, die gebruikt zijn voor het vormen van het juiste aanbod. De respons op deze inventarisaties is wisselend gebleken. Deze enquêtes waren vergezeld van een toelichting vanuit het project.

### Deelnemersbijeenkomsten SMOL

Op 10 mei 2017 is een deelnemersbijeenkomst georganiseerd waarbij een vertegenwoordiging van 15 MO's aanwezig was. Tijdens deze bijeenkomst is de voortgang toegelicht, zijn de resultaten tot zo ver gerapporteerd en is gevraagd welke MO's interesse hebben in deelname aan de uitrol van het project. Tijdens deze bijeenkomst is het idee geopperd om de accountantsverklaring gezamenlijk in te kopen gezien de kostenstijging waarmee een aantal MO's onlangs geconfronteerd werden. Dit is opgenomen in het project.

## Deelnemende organisaties aan project Nieuwe Wegen

In totaal hebben 15 organisaties meegedaan aan het project Nieuwe Wegen. De volgende Maatschappelijk Organisaties hebben deelgenomen aan het project Nieuwe Wegen.

### De koplopergroep

Voor de koplopergroep hadden zich aangemeld:

- stichting GIPS S&L
- JNL
- COS Limburg
- stichting De pijler (zie opmerking)

Opmerking: door omstandigheden kon stichting De pijler niet deelnemen aan de koplopergroep en is naderhand ingestapt bij de uitrol van het project.

### Deelnemende MO's uitrol

Aan de uitrol van het project hebben de volgende MO's deelgenomen:

- Buddyzorg Limburg
- stichting De Pijler
- Humanitas afdeling Westelijke Mijnstreek
- Jeugdwerk Limburg
- Jong Nederland Limburg
- KBO Limburg (zie opm.)
- stichting Kledingbank Limburg (zie opm.)
- stichting Mentorschap Limburg
- Scouting Limburg
- SMKK
- SpeL
- Zij Actief

Opmerkingen:

- \* KBO Limburg heeft alleen gebruik gemaakt van de social media trainingen
- \* Kledingbank Limburg heeft alleen gebruik gemaakt van het deel over communicatie. De kledingbank heeft wel extra ondersteuning gekregen op het gebruik van social media.
- \* COS Limburg heeft ook gebruik gemaakt van nazorg op het gebied van social media.



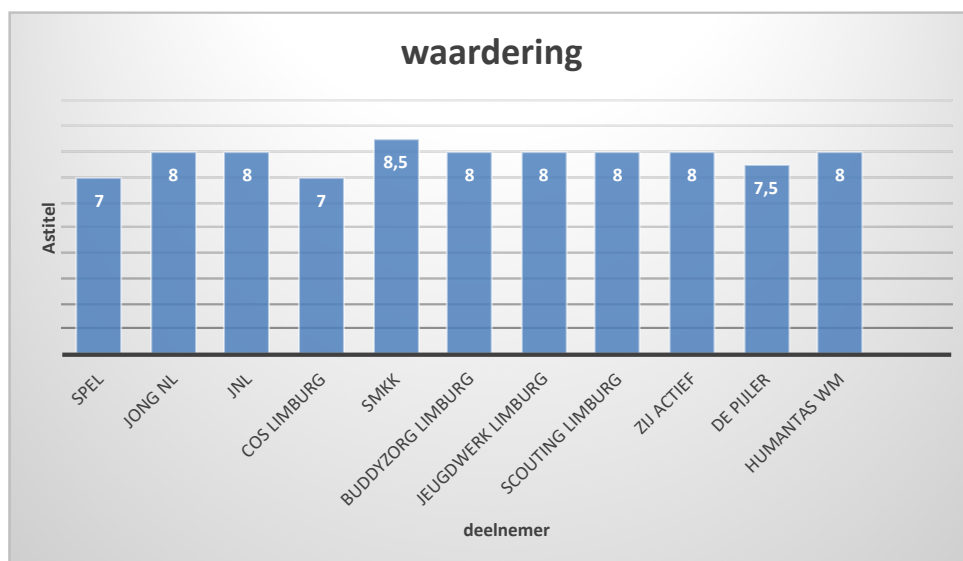
- \* Humanitas heeft gebruik gemaakt van extra nazorg door middel van extra training en ondersteuning op het gebied van social media.
- \* Scouting heeft gebruik gemaakt van nazorg op het gebied van het maken van CANVAS businessmodellen voor het werkplan.
- \* Jong NL Limburg heeft gebruik gemaakt van de nazorg m.n. op het gebied van communicatie en social media.

## Opbrengst voor de MO's

De MO's is geleerd hoe een CANVAS model te maken. Per MO zijn er twee CANVAS modellen uitgewerkt. Er is gekeken naar de missie en visie van de organisatie. Op basis hiervan is een pitch geformuleerd. Er is een uitleg gegeven over het inrichten, gebruiken en creëren van bereik op social media. Hierbij zijn aan bod gekomen: Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter en Google+. Voorts is de koppeling en het gebruik van Maatschappelijknetwerkl limburg.nl besproken. Een format voor een communicatieplan inclusief een checklist voor huisstijl sjablonen en een communicatie plan voor evenementen. De MO's hebben een format gekregen voor het opstellen van een werkplan (zie bijlage).

## Waardering van het project door deelnemende MO's

Aan het einde van het project is de deelnemende organisaties gevraagd een evaluatie in te vullen. Van de organisaties die de evaluatie hebben ingeleverd zijn de resultaten onderstaand weergegeven. Meerdere organisaties geven aan dat de meerwaarde van het project is dat er eens met andere ogen meegekeken wordt naar de organisatie. Dat werpt ook voor de deelnemers een andere blik op hun eigen organisatie. De aangereikte methodieken en middelen worden over het algemeen hoog gewaardeerd. Een aantal organisaties geeft aan dit zelf ook in de toekomst te willen gaan gebruiken. In bijlage 7 is een nadere detaillering van de evaluaties opgenomen.



## Tussenevaluatie met Provincie Limburg

Gedurende het project zijn er drie evaluatiemomenten geweest met de beleidsambtenaar van de provincie Limburg, te weten: 3 maart 2017, 1 september 2017 en 15 januari 2018. Voor deze tussenevaluaties zijn rapportages aangeleverd. Bij de laatste evaluatie is aangegeven dat er meer tijd nodig is om het project af te ronden. Een formele aanvraag is daarvoor ingediend. Daarop is een verlenging van 6 maanden afgegeven.

## Methodiek beschikbaar voor MO's

Voor alle MO's, ook die niet hebben deelgenomen aan dit project, zijn de: SWOT, CANVAS, format werkplan, format opzetten en inrichten communicatiestructuur, begrotingsformat beschikbaar via de website MN-Li.nl (<http://www.maatschappelijknetwerklimburg.nl/dienst/ontwikkel-je-organisatie-en-ontdek-nieuwe-wegen>). De deelnemers hebben deze documenten reeds ontvangen. Via MN-Li.nl zal ook deze eindrapportage gepubliceerd worden.

De cursusdocumentatie m.b.t. social media wordt niet (digitaal) ter beschikking gesteld aangezien de ontwikkelingen op dit gebied dusdanig snel gaan dat de actualiteit van de informatie te snel achterhaald zal zijn.

## Financiële verantwoording

In de onderstaande tabel is weergegeven wat de budgettering en de daadwerkelijke uitgaven zijn geweest. Hierbij valt op dat met name de post C online dienstencatalogus ver boven de gebudgetteerde kosten is komen te liggen. Binnen het project is derhalve met de middelen geschoven om deze kosten binnen de begroting te kunnen dragen. Een melding hieromtrent aan de subsidieverstrekkers is conform de beschikking gedaan.

Item	Begroting	Uitgaven	Perc. uitgaven vs begroting
A) Facilitaire zaken	€ 3.510,00	€ 3.315,00	94%
B) van SWOT naar werkplan	€ 20.280,00	€ 18.648,07	92%
C) Online Diensten Catalogus (ODC)	€ 8.960,00	€ 14.860,00	166%
Onkosten MO's koplopersgroep	€ 10.050,02	€ 10.410,11	104%
D) Kosten uitrol	€ 33.880,00	€ 29.346,40	87%
Reis- en verblijfskosten	€ 1.680,00	€ 1.780,42	106%
Totaal	€ 78.360,02	€ 78.360	100%

## Conclusie

Het project Nieuwe Wegen heeft ingespeeld op een behoefte bij de deelnemers. Deelnemers geven aan dat de praktische insteek helpt. Het feit dat 'vreemde' ogen meekijken in hun organisatie heeft een meerwaarde. Vanuit de SWOT van iedere organisatie is een tweetal CANVAS businessmodellen opgesteld. Geen van de deelnemende organisaties heeft op deze wijze ooit een plan gemaakt. Het bleek voor de deelnemers verhelderend, inspirerend en heeft een andere manier van werken opgeleverd. De uitgewerkte CANVAS modellen zijn gebaseerd op de eigen ideeën van de deelnemers.

Met de deelnemers is samen gekeken naar de huidige missie, visie en doelstellingen van de organisatie. Daarna is aan een eenduidige pitch gewerkt. Deze is zowel mondeling als online goed in te zetten om de organisatiedoelstellingen kort en helder te kunnen communiceren. Vervolgens is aan de hand van een format een communicatieplan doorlopen (zie bijlage). Het communicatieplan voorziet in een aantal stappen en acties om te komen tot gestructureerde communicatie. Tijdens de sessie hebben we deze stappen aangepast aan het niveau van de MO's en ook hebben we rekening gehouden met de specifieke vraagstelling.

Op het gebied van Social Media zijn de kennis en vaardigheden binnen de organisaties maar ook op het gebied van digitalisering aanzienlijk lager dan verwacht. Het instellen van een Social Media basisstructuur en problemen oplossen van eerder foutief gemaakte accounts nam veel tijd in beslag. Het werken met vrijwilligers en het verloop binnen deze groep maakt het lastig, dan wel onmogelijk om een goed Social Media beleid op te zetten. De professionals binnen de organisaties zijn zich inmiddels bewust van het belang van Social Media en hebben basiskennis, maar missen de tijd om het zich voldoende goed eigen te maken en structureel te implementeren in hun organisatie.

De fundering is gelegd, echter voor de uitvoering blijkt in de praktijk nog te weinig draagvlak dan wel mogelijkheden. De complexiteit en de continue veranderingen van Sociale Media zijn daar zeker ook debet aan.

Bij een aantal organisaties is op bepaalde Social Media het bereik aanzienlijk gegroeid, echter voor een goede naamsbekendheid is het van belang om op meerdere kanalen zichtbaar te zijn.

We hebben hierop geanticipeerd en daarom extra ingezet op het plaatsen van berichten op mn-li.nl. Hierdoor kunnen deze organisaties zich eenvoudig profileren op de verschillende kanalen. Dit heeft tot meer berichten op mn-li.nl geleid en we zien nog steeds een stijgende lijn.

Het gebrek aan tijd om in PR en communicatie te investeren werd meerdere malen naar ons teruggekoppeld.

De diversiteit van de organisaties is groot. De vele terreinen waarop de deelnemers actief zijn maken het voor de projectteam boeiend om dit project te doen. Voor het projectteam heeft het inzicht gegeven in wat er bij de verschillende organisaties speelt. Dat is vaak meer dan wat zo aan de oppervlakte te zien is. Het biedt kansen voor de organisaties zelf en partner organisaties, om de maatschappelijke meerwaarde te vergoten. Dat biedt perspectief als het gaat om het leggen van verbindingen tussen organisaties.



# Bijlage 1 : Aanbod voor MO's

## Aanbod dat aan de MO's is gedaan

Op de volgende pagina's is alle aanbod terug te vinden dat gedaan is vanuit het project Nieuwe Wegen. Verdr is ook de brief opgenomen van het aanbod dat niet uitgewerkt is vanwege geringe belangstelling. Tevens is een overzicht opgenomen van de respons die vanuit de MO's verkregen is op het aanbod dat de MO's is toegestuurd.

## Het betreft de volgende onderwerpen:

Aanbod 7 stappenplan Office 365

Aanbod 8 vrijwilligersverzekeringen via gemeenten.

Aanbod 6 verzekeren = sponsoren.

Aanbod 9 telefonie en internet aansluiting.

Aanbod 10 Bereikbaarheid.

Aanbod 11 inventarisatie juridische risico's.

Aanbod 12 Risico scan privacywetgeving

Aanbod 13 vergelijking accountantsverklaringen. (incl. brief aankondiging)

Aanbod 14 Overzicht vergaderlocaties

Overzicht reacties van MO's op aanbod en inventarisatievragen																											
MO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	aantal dat gebruik maakt van het aanbod	percentage dat gebruik maakt van het aanbod
	Buddyzorg	COC Limburg	COS Limburg	De Zonnebloem	DK&S	FAMILI	Humanitas	Jeugdwerk Limburg	Jong NL Limburg	JNL	KBO	Kledingbank	KVG	LAJK	LKV	PPMI	GIPS	POVL	Scouting Limburg	Spel	st. ABC	De Pijler	Mentorschap Limburg	VKKL	Zij Actief		
<b>Aanbod</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>totaal</b>	<b>[%]</b>
aanbod 6 verzekeren = sponsoren			0	0													1		0							1	4%
aanbod 7 stappenplan office365			0	0													1		0							1	4%
aanbod 8 vrijwilligersverz. Gemeenten			0	0													1		1							2	8%
aanbod 9 telefonie/ict			1	0													1		0							2	8%
aanbod 10 bereikbaarheid (deadline voor aanmelding 16-6-2017)			0	0													0		0							0	0%
aanbod 13 accountantsverklaring	0		1	0		1	0	1	1		1	0		0			0		0				0	1		2	8%
aanbod 14 overzicht vergaderlocaties	1		1	1					1										1								
Computerondersteuning			1		1				1	1	1						1		1	1		1	1	1		11	44%
0 = gereageerd maakt geen gebruik van het aanbod																											
1 = gereageerd maakt wel gebruik van het aanbod																											
leeg = geen reactie ontvangen																											
<b>Inventarisaties</b>																										<b>totaal</b>	<b>[%]</b>
Computerondersteuning			1		1				1	1	1						1		1	1		1	1			11	44%
Verzekeringen	1		1		1			1	1		1	1	1	1			1	1		1						13	52%
Accountantsverklaring	1		1		1	1		1	1		1	1		1			1			1				1	1	14	56%
Accountantsverklaring stapt in:								0																		0	0%
1 = gereageerd																											
leeg = geen reactie ontvangen																											



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 6 verzekeren = sponsoren

Brunssum, 12-5-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 6 toekomen. Het is steeds lastiger om sponsoring te krijgen als maatschappelijke organisatie. Mensen worden steeds vaker hiervoor benaderd en iedereen vist in dezelfde vijver. Daarbij is het een jaarlijks terugkerend vraagstuk dat veel aandacht vergt. Reden om het over een andere boeg te gooien.

#### Verzekeren = sponsoren

De ene hand wast de andere. Verzekeringsmakelaar AFAC uit Neer wil graag meewerken aan sponsoring van maatschappelijke organisaties. De vraag is natuurlijk wat kunnen wij, de maatschappelijke organisaties, daar tegenover stellen? Lees hier hoe de samenwerking vorm gegeven kan worden.

De kern is als volgt samen te vatten: van de verzekeringen die via AFAC worden afgesloten gaat een deel van de vergoeding die AFAC daarvoor jaarlijks ontvangt, naar de maatschappelijke organisatie.

Maatschappelijke organisaties hebben een netwerk (leden, relaties, vrijwilligers, medewerkers, etc.) Deze hebben allemaal een verzekeringsportefeuille. Wij kunnen onze netwerken een aanbod doen, namelijk het vrijblijvend laten doorlichten van de verzekeringsportefeuille. AFAC zal een advies uitbrengen en offerte. Blijkt dit een meerwaarde te hebben en tot een overstap te leiden dan ontvangt de betreffende MO jaarlijks een sponsorbedrag zo lang de verzekering bij AFAC loopt. De vergoeding per verzekeringspakket is €15,- per jaar. Het mooie is dat het de persoon niets extra's kost terwijl hij wel zijn organisatie sponsort. AFAC laat namelijk de MO's delen in haar winst.

AFAC biedt voor dit aanbod alle particuliere verzekeringen aan (zie voorbeeldbrief).

#### Werkwijze

Als bijlage bij dit aanbod treffen jullie een voorbeeldtekst aan van de brief die je kunt gebruiken (na evt. aanpassingen) om die mensen die hiervoor in aanmerking komen uit jullie netwerk te informeren. Diegene die interesse hebben kunnen rechtstreeks

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431



een afspraak maken met AFAC. Aan het einde van het jaar wordt gekeken hoeveel mensen overgestapt naar of nog in portefeuille zijn bij AFAC en zal deze een creditfactuur aan de betreffende MO sturen en het bedrag overmaken.

### Meedoen?

Wil je gebruik maken van dit aanbod, laat ons dat dan even weten. We willen ook graag zien of het aanbod aanslaat tenslotte. Wij zullen aan AFAC doorgeven wie er gebruik gaat maken van dit aanbod. Het contact met AFAC nemen de mensen uit jullie netwerk rechtstreeks op. Er is in het kader van privacy geen contact hierover met SMOL of jullie.

### Extra service AFAC

Gezien de samenwerking tussen AFAC en SMOL biedt AFAC voor de deelnemers geheel kosteloos en vrijblijvend een risicoanalyse aan van het verzekeringspakket. Daarbij nemen zij alle facetten van aansprakelijkheidsrisico's onder de loep. Zo onderzoeken zij of er aansprakelijkheden zijn die via de gemeentelijke verzekeringen worden afgedekt, of hier aanvullingen gewenst zijn. Maar ook 'hedendaagse' risico's zoals als gevolgen van cybercrime en het hacken van systemen passeren de revue. Voor deze service kunnen jullie rechtstreeks contact opnemen met AFAC.

Wij hopen jullie hiermee een interessant aanbod te hebben gedaan. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Mochten er nog vragen zijn, neem dan gerust contact op. Hopende jullie hiermee van dienst te zijn geweest,  
Met vriendelijke groet,

Hans Diederer

Contactgegevens AFAC  
Contactpersoon: Harrie Smits  
Telefoon: 0475-594990  
Mail: [info@afac.nl](mailto:info@afac.nl)  
Adres: Steeg 1 te 6086 EJ Neer

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431



## Bijlage 1 voorbeeldbrief tbv netwerk

---

Betreft: Actie verzekeren = sponsoren

Geachte .....

Namens [naam MO] wil ik u het volgende aanbod doen. U kunt daarmee onze organisatie hiermee helpen en wellicht zit er voor u ook iets in. Het aanbod is vrijblijvend.

### Wat is de bedoeling?

[naam MO] is op zoek naar duurzame sponsoring. Daar kunt u ons bij helpen zonder dat het u geld kost. Wij hebben met AFAC Adviseurs af kunnen spreken dat zij een stukje van zijn winst afdragen aan ons, als u uw verzekeringspakket bij hem onder wilt brengen. Het gaat om alle verzekeringen:

- ...

### Wat vragen wij van u?

Natuurlijk heeft u uw verzekering goed geregeld. Maar dit biedt ook een uitgelezen kans om een keer vrijblijvend uw portefeuille te laten doorlichten en u te laten adviseren. Het is nooit verkeerd om dat regelmatig te doen, dus wie weet is dit een goede aanleiding. Uiteraard beslist u zelf of het aanbod dat u krijgt voor de moeite waard is en of u overstapt.

### Hoe gaat het verder?

Mocht u interesse hebben in dit aanbod dan kunt u een afspraak maken met AFAC telefoonnummer: .... Meldt u wel even dat u gebruik maakt van de actie verzekeren = sponsoren. Privacy is gewaarborgd. Uw gegevens worden niet gedeeld met [naam MO].

Heeft u nog vragen, neemt u dan gerust contact met ons op.  
Met vriendelijke groet,

.....



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 7 office365 voor stichtingen en verenigingen

Brunssum, 12-5-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 7 toekomen. Dit is een aanbod dat al bestond namelijk voor maatschappelijke organisaties bestaat de mogelijkheid om office365 premiepakket tegen een zeer gereduceerd tarief te krijgen. De kosten per gebruiker zijn €1,90/maand in plaats van de normale licentiekosten ad € 12,70/maand. Hier is dus een leuke besparing te realiseren plus dat je altijd met de laatste versie van de office-pakketten werkt.

Het aanvragen van de licentie vergt even wat uitzoekwerk. Het voordeel is, dat is voor jullie gedaan! In bijlage is een stappenplan opgenomen waarin exact beschreven staat wat je moet doen en hoe het werkt. Met dank aan Ton Pillich van GIPS S&L en zijn zoon Luc.

Lees de handleiding eerst even door. Zorg dat je van de 'systeembeheerder' van de website van jullie organisatie de juiste gegevens krijgt (zie punt 11 in bijgevoegde handleiding).

Als het eenmaal is gelukt ben je af van illegale software, heb je de laatste premium office versie tot je beschikking en scheelt het een hoop licentiekosten.

Wij hopen jullie hiermee een interessant aanbod te hebben gedaan. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Succes!

Hans Diederens

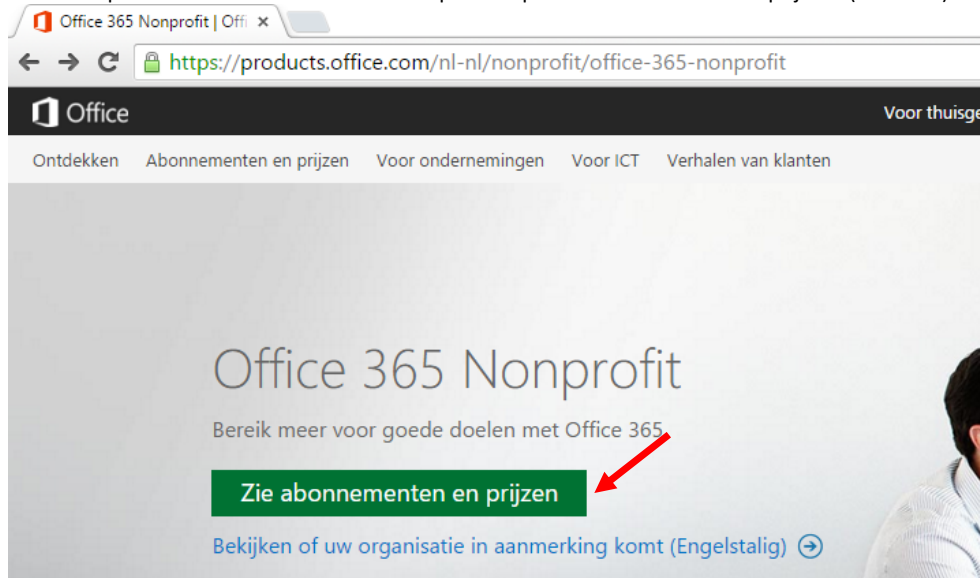
### Office 365 voor non-profitinstellingen

#### Stappenplan voor het aanvragen van een Non-profit versie van Office 365

1. Start uw internet browser en ga naar de volgende website:

<https://products.office.com/nl-nl/nonprofit/office-365-nonprofit>


2. Klik in op het scherm dat nu voor u staat op de knop "Zie abonnementen en prijzen" (zie ← )

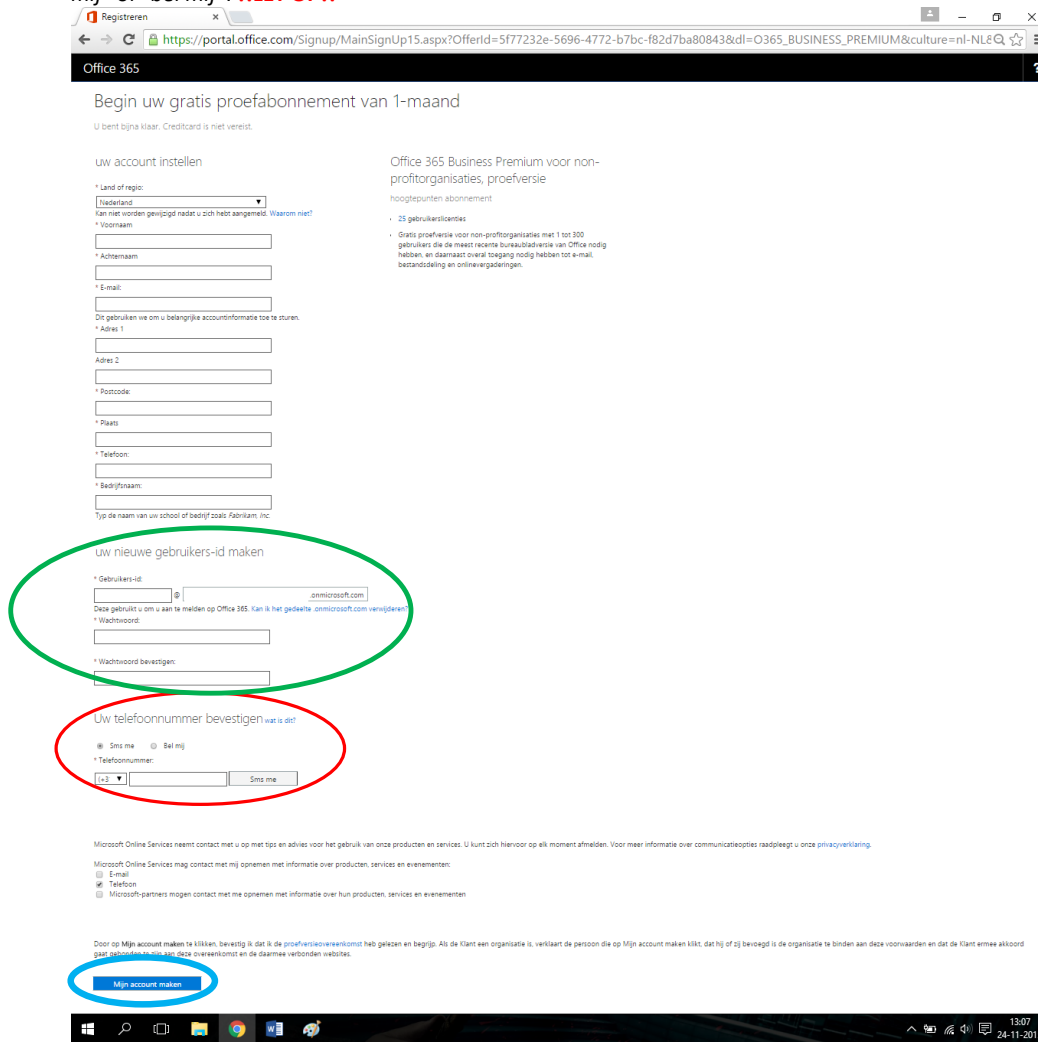


3. Scroll in het verschenen scherm iets naar beneden om vervolgens de versie te kiezen die uw organisatie wenst. Om vervolgens te klikken op Gratis proefversie.


	Office 365 Nonprofit Business Essentials	Office 365 Nonprofit Business Premium	Office 365 Nonprofit E1	Office 365 Nonprofit E3
De prijs is exclusief btw.	Donatie	€ 1,70 gebruiker/maand <b>Gratis proefversie</b>	Donatie	€ 4,40 gebruiker/maand <b>Gratis proefversie</b>
Maximum aantal gebruikers	300	300	Onbeperkt	Onbeperkt

### Office 365 voor non-profitinstellingen

4. Na het klikken op “gratis proefversie” zal onderstaand scherm verschijnen. Vul hier de gegevens in van uw organisatie. **!!LET OP!!** U moet bevestigen dat u een persoon bent en geen automatische ‘bot’, daarvoor dient u een beschikbaar telefoonnummer op te geven waarna u dit bevestigt door een code in te voeren in een vervolgscherm (zie ) , u kunt hierbij kiezen voor de optie “sms mij” of “bel mij”. **!!LET OP!!**

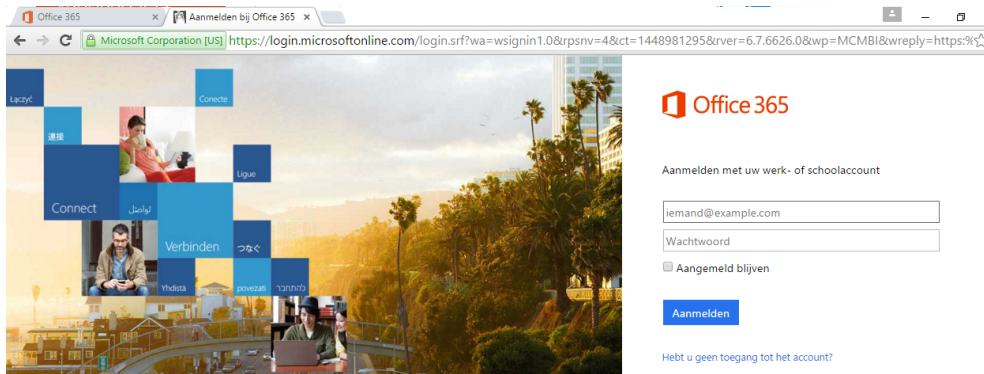


5. Zodra u nu klikt op de “send me” knop zal het scherm veranderen in een scherm waarbij u de bevestigingscode dient in te voeren.

6. Klik nu op de knop “mijn account maken” (zie )

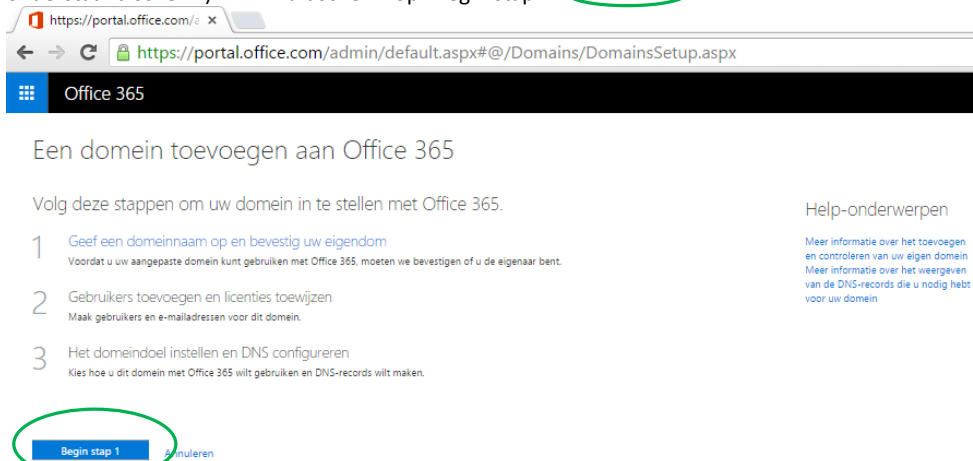
### Office 365 voor non-profitinstellingen

U zult vervolgens moeten inloggen op [www.portal.office.com](http://www.portal.office.com)




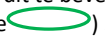
7. Het gebruikers-ID en wachtwoord dat u heeft aangemaakt in het scherm bij stap 4 (zie **gebruikers-ID**) heeft u nodig om in te loggen, bewaar deze gegevens dus goed! Later zullen deze gegevens worden aangepast naar uw eigen domein (bijvoorbeeld .....@gips-sl.nl) en dus geen extra toevoegingen meer hebben.

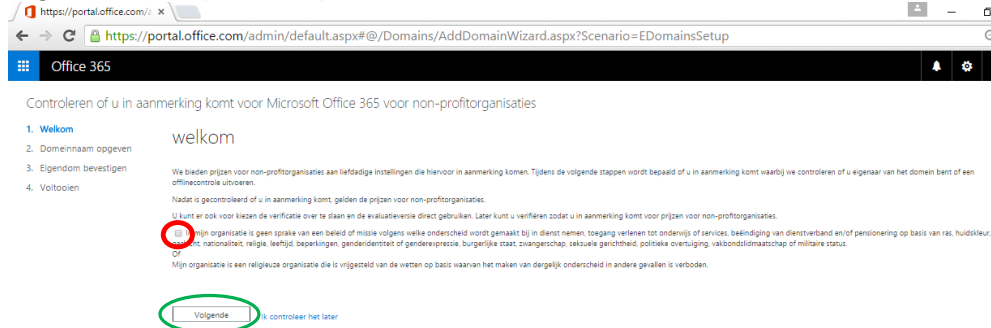
8. Na het inloggen komt u in een scherm waarbij een domein toegevoegd dient te worden (zie onderstaand scherm). Klik in dit scherm op "Begin stap 1" **Begin stap 1**.






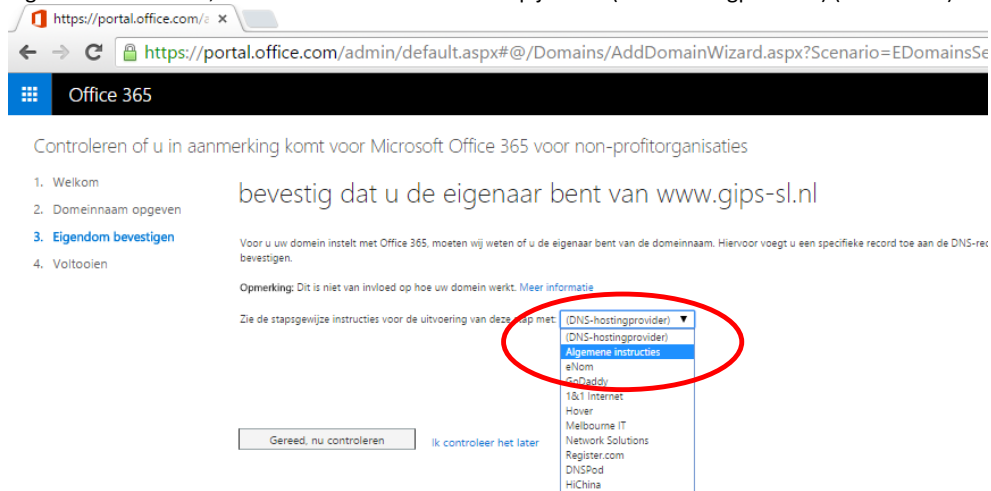
### Office 365 voor non-profitinstellingen

9. Nadat er op deze knop is geklikt zal onderstaand scherm verschijnen. Lees dit aandachtig door en indien akkoord dient u dit te bevestigen door het vinkje in het vakje te zetten (zie ) en op volgende te klikken (zie ) .



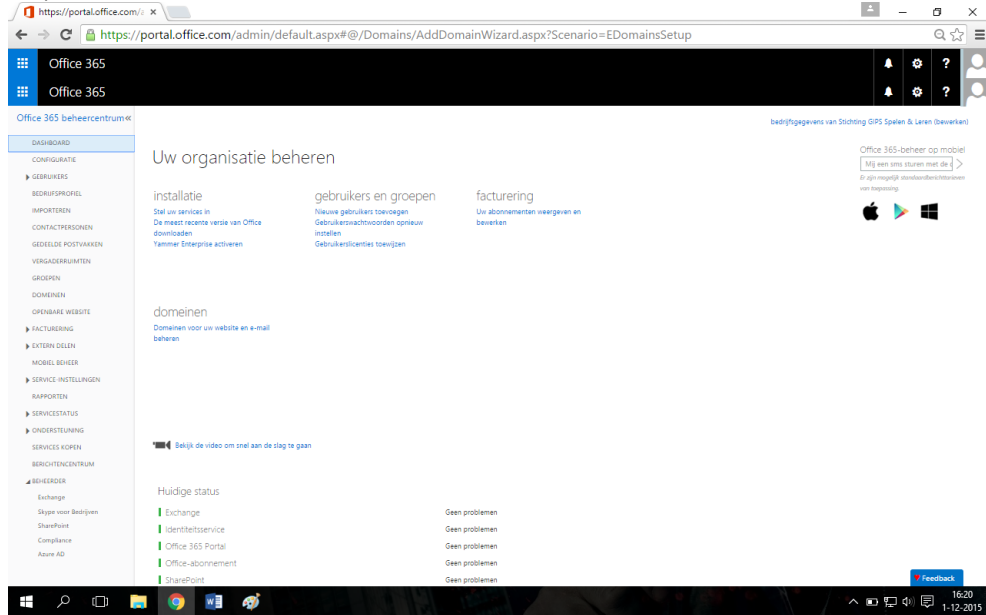
10. Geef in het volgende scherm uw domeinnaam op. Dit is het adres waarmee uw stichting bereikbaar is op het internet (bijvoorbeeld [www.gips-sl.nl](http://www.gips-sl.nl)) en klik wederom op "volgende".

11. Onderstaand scherm zal verschijnen. U heeft hierbij een aantal specifieke gegevens nodig via uw ICT specialist. **Ga instellingen NIET aanpassen indien u niet precies weet hoe dit werkt, dit kan ernstige gevolgen hebben voor uw website!** De gegevens die u nodig heeft zijn van uw website beheer (indien dit door een extern bedrijf gedaan wordt dient u deze stap samen met hun door te nemen). Er moet namelijk een DNS-record toegevoegd worden aan uw website om te kunnen verifiëren dat u daadwerkelijk de eigenaar van deze site bent. Hoe dit te doen staat uitgelegd bij de algemene instructies, u kunt deze benaderen via het pijl naast (DNS-hostingprovider) (zie ) .



### Office 365 voor non-profitinstellingen

Indien alle stappen goed zijn doorlopen komt u uit in het beheercentrum van uw account. U kunt hier accounts toewijzen, wijzigen, abonnementen zien, licenties bekijken en accountgegevens aanpassen.



Let op: u zal zelf op uw opgegeven e-mail account een e-mail ontvangen, die zal bevestigen dat uw non-profit organisatie beoordeeld zal worden. Indien dit akkoord is zult u de toegewezen gebruikers moeten gaan betalen. Dit gaat in principe alleen via creditcard, mocht u dit niet willen en dit via factuur willen regelen, zult u dit moeten regelen via de klantenservice. Zij kunnen de limiethoogte instellen zodat ook een laag bedrag via facturering kan verlopen (DIT GELDT ALLEEN VOOR NON-PROFIT ORGANISATIES!!!). Het telefoonnummer dat u hiervoor moet bellen is 0800-0202546, doorloop het keuzen menu en leg uw situatie uit aan een medewerker van Microsoft.



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 8 vrijwilligersverzekering via gemeenten

Brunssum, 12-5-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 8 toekomen. Velen van jullie werken met vrijwilligers. Waarschijnlijk is het niet onbekend dat vrijwilligers bij een alle gemeenten onder de vrijwilligersverzekering vallen. Wij hebben via KBO Limburg een overzicht gekregen en deze bijgewerkt. Deze lijst is bijgevoegd bij dit aanbod. Op de meeste websites van de gemeente staat informatie over vrijwilligersverzekeringen. Raadpleeg deze om de laatste actuele informatie te vinden. In het overzicht is een link opgenomen. Anders kan via het zoekwoord "vrijwilligersverzekering" snel de juiste pagina gevonden worden op de betreffende website.

Wij hopen jullie hiermee van dienst te zijn geweest. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Met vriendelijke groet,

Hans Dieren

Bijlage: overzicht vrijwilligersverzekeringen per gemeente (januari 2017).

### Overzicht vrijwilligersverzekeringen via de Geme

Gemeente	contactpersoon	telefoon
Beek	dhr. Quaadvlieg	046-4389222
Beesel	mevr. Bouten	077-4749292
Bergen	dhr. Tebarts	0485-348383
Brunssum	mevr. Curvers	045-5278555
Echt-Susteren	mevr. R. Linssen	0475-478478
Eijsden-Margraten	dhr. R. Snel	043-4588488
Gennep	mevr. Lucas	0485-494226
Gulpen-Wittem	mw. Barth	043-8800600
Heerlen	dhr. Logister	045-5604214
Horst aan de Maas	mw. Van der Linde	077-4779777
Kerkrade	mw. Vondenhof	045-5676767
Landgraaf	mw. Janssen	045-5695341
Leudal	dhr. De molen koer	0475-859000
Maasgouw	mevr. Koopmans	0475-852500
Maastricht	dhr. Van Wersch	043-3504040
Meerssen	dhr. Molen	043-3661661
Mook en Middelaar		024-6969111
Nederweert	mw. Van diesen	140495
Nuth	mw. Vroomen	045-5659100
Onderbanken	mw. Hanssen	045-5278720
Peel en Maas	dhr. Rijpma	077-4628060
Roerdalen	mw. Duraski	0475-538888
Roermond	mevr. Berkers	0475-359227
Schinnen	dhr. Nacken	046-4439292
Simpelveld	dhr. Huppertz	045-5448310
Sittard-Geleen	Geen contactpersoon	14046
Stein	mw. De La Heij	046-4359393
Vaals	mw. Barth	043-3068568
Valkenburg a/d Geul	dhr. Gussenhoven	043-6099292
Venlo	dhr. Cox	077-3596840
Venray	dhr. Geenen	0478-523333
Voerendaal	mw. Kuijpers	045-5753399
Weert	mw. Janssen	0495-575000

## ementen

mail	verzekering
<a href="mailto:willyquaedvlieg@gemeentebeek.nl">willyquaedvlieg@gemeentebeek.nl</a>	Centraal Beheer VNG uitgebreid
<a href="mailto:t.tebarts@bergen.nl">t.tebarts@bergen.nl</a>	Vrijwilligerspunt Eindhoven
<a href="mailto:nicole.curvers@brunssum.nl">nicole.curvers@brunssum.nl</a>	VNG uitgebreid
<a href="mailto:rieny.linssen@menswel.nl">rieny.linssen@menswel.nl</a>	Vrijwilligersnet Nederland
<a href="mailto:ruud.snel@eijsden-margraten.nl">ruud.snel@eijsden-margraten.nl</a>	Centraal Beheer
<a href="mailto:g.lucas@gennepe.nl">g.lucas@gennepe.nl</a>	vrijwilligersnet Nederland VNG uitgebreid
<a href="mailto:f.logister@heerlen.nl">f.logister@heerlen.nl</a>	VNG Centraal Beheer
<a href="mailto:gemeente@horstaandemaas.nl">gemeente@horstaandemaas.nl</a>	aorysk solution VNG uitgebreid
<a href="mailto:wu1@landgraaf.nl">wu1@landgraaf.nl</a>	Vng Vrijwilligerspolis
<a href="mailto:l.demolenkoer@leudal.nl">l.demolenkoer@leudal.nl</a>	centraal beheer achmea
<a href="mailto:k.koopmans@gemeentemaasgouw.nl">k.koopmans@gemeentemaasgouw.nl</a>	Vrijwilligersnet Nederland VNG uitgebreid
<a href="mailto:info@meersen.nl">info@meersen.nl</a>	vng vrijwilligers Vrijwilligerspunt Eindhoven VNG uitgebreid
<a href="mailto:gemeente@nuth.nl">gemeente@nuth.nl</a>	VNG uitgebreid
<a href="mailto:h.hannsen@onderbanken.nl">h.hannsen@onderbanken.nl</a>	VNG uitgebreid VNG uitgebreid vrijwilligersnet nederland
<a href="mailto:carolineberkers@roermond.nl">carolineberkers@roermond.nl</a>	VNG Centraal Beheer VNG uitgebreid
<a href="mailto:w.huppertz@simpelveld.nl">w.huppertz@simpelveld.nl</a>	Centraal Beheer
<a href="mailto:vrijwilligers.support.dd@centraalbeheer.nl">vrijwilligers.support.dd@centraalbeheer.nl</a>	VNG Vrijwilligers Vrijwilligerspunt Eindhoven
<a href="mailto:r.barth@vaals.nl">r.barth@vaals.nl</a>	Centraal Beheer VNG uitgebreid
<a href="mailto:p.cox@venlo.nl">p.cox@venlo.nl</a>	Meeus
<a href="mailto:info@voerendaal.nl">info@voerendaal.nl</a>	Lippmann groep VNG uitgebreid AON Rotterdam

laatste up-date: januari 2017

#### opmerkingen

[http://www.gemeentebeek.nl/leven-wonen/vrijwilligers\\_3837/item/vrijwilligersverzekering\\_18887.html#ti](http://www.gemeentebeek.nl/leven-wonen/vrijwilligers_3837/item/vrijwilligersverzekering_18887.html#ti)  
[https://www.beesel.nl/Inwoners/Zorg\\_en\\_welzijn/Vrijwilligerswerk/Vrijwilligersverzekering](https://www.beesel.nl/Inwoners/Zorg_en_welzijn/Vrijwilligerswerk/Vrijwilligersverzekering)

Verzekering Vrijwilligerspunt Eindhoven is nog steeds hetzelfde  
 volgende links gebruiken: <https://www.centraalbeheer.nl/zakelijk/bedrijfsverzekeringen/Vrijwilligersverzekering>  
[https://www.brunssum.nl/inwoner/overige/verzekering\\_voor\\_vrijwilligers](https://www.brunssum.nl/inwoner/overige/verzekering_voor_vrijwilligers)  
[www.vrijwilligersnetnederland.nl](http://www.vrijwilligersnetnederland.nl)

<https://www.eijsden-margraten.nl/inwoners/zorg-en-welzijn/domein-zorg/vrijwilligers-en-mantelzorgers/>  
[http://www.gennep.nl/inwoners-ondernemers/onderwerpen-a-z\\_42332/product/vrijwilligersverzekering\\_7](http://www.gennep.nl/inwoners-ondernemers/onderwerpen-a-z_42332/product/vrijwilligersverzekering_7)  
[http://www.gulpen-wittem.nl/internet/gemeentelijk-beleid\\_3316/item/vrijwilligersverzekering\\_507.html#](http://www.gulpen-wittem.nl/internet/gemeentelijk-beleid_3316/item/vrijwilligersverzekering_507.html#)  
<https://www.heerlen.nl/vrijwilligersverzekering,-vng-vrijwilligers-polis.html>  
[https://horstaandemaas.nl/Inwoners/sport\\_en\\_vrije\\_tijd/Vrijwilligers\\_en\\_verenigingen/Vrijwilligersverzekering](https://horstaandemaas.nl/Inwoners/sport_en_vrije_tijd/Vrijwilligers_en_verenigingen/Vrijwilligersverzekering)  
[https://www.kerkrade.nl/zorg\\_en\\_werk/vrijwilligers/vrijwilligers](https://www.kerkrade.nl/zorg_en_werk/vrijwilligers/vrijwilligers)

[http://www.leudal.nl/inwoner/alle-producten-en-diensten\\_43129/product/vrijwilligersverzekering\\_719.htm](http://www.leudal.nl/inwoner/alle-producten-en-diensten_43129/product/vrijwilligersverzekering_719.htm)  
[http://www.gemeentemaasgouw.nl/zorg-ondersteuning/maatschappelijk-advies-punt\\_42690/item/vrijwillig](http://www.gemeentemaasgouw.nl/zorg-ondersteuning/maatschappelijk-advies-punt_42690/item/vrijwillig)  
[https://sec.gemeentemaasgouw.nl/zorg-ondersteuning/maatschappelijk-advies-punt\\_42690/item/vrijwillig](https://sec.gemeentemaasgouw.nl/zorg-ondersteuning/maatschappelijk-advies-punt_42690/item/vrijwillig)  
<https://gemeentewinkel.meerssen.nl/producten/vrijwilligersverzekering>  
[http://www.mookmiddelaar.nl/inwoner/onderwerpen-a-z\\_42054/product/vrijwilligersverzekering\\_665.h](http://www.mookmiddelaar.nl/inwoner/onderwerpen-a-z_42054/product/vrijwilligersverzekering_665.h)  
[http://www.nederweert.nl/inwoners/onderwerpen-a-z\\_42559/product/vrijwilligersverzekering\\_729.html](http://www.nederweert.nl/inwoners/onderwerpen-a-z_42559/product/vrijwilligersverzekering_729.html)  
[http://www.nuth.nl/direct-regelen/meer-regelen-in-nuth\\_42507/product/vrijwilligersverzekering\\_2023.htm](http://www.nuth.nl/direct-regelen/meer-regelen-in-nuth_42507/product/vrijwilligersverzekering_2023.htm)  
[https://www.onderbanken.nl/wonen-werken-en-leven/vrijwilligerswerk\\_3611/](https://www.onderbanken.nl/wonen-werken-en-leven/vrijwilligerswerk_3611/)  
<https://www.peelenmaas.nl/inwoners-en-ondernemers/melden-bij-de-gemeente/vng-vrijwilligersverzekering>  
[http://www.roerdalen.nl/servicepunt/producten-en-diensten\\_42463/product/vrijwilligersverzekering\\_697.h](http://www.roerdalen.nl/servicepunt/producten-en-diensten_42463/product/vrijwilligersverzekering_697.h)  
 voor meer informatie: <http://www.roermond.nl/4/Roermond/Collectieve-verzekering-voor-vrijwilligers.htm>

[https://www.simpelveld.nl/inwoners/digitaal-loket\\_3591/product/vrijwilligersverzekering\\_665.html](https://www.simpelveld.nl/inwoners/digitaal-loket_3591/product/vrijwilligersverzekering_665.html)  
[https://www.sittard-geleen.nl/Inwoners/Verenigingsloket/Bestuur\\_leden\\_vrijwilligers/Vrijwilligersverzekering](https://www.sittard-geleen.nl/Inwoners/Verenigingsloket/Bestuur_leden_vrijwilligers/Vrijwilligersverzekering)  
[http://www.gemeentestein.nl/wonen-welzijn/vrijwilligersverzekering\\_3879](http://www.gemeentestein.nl/wonen-welzijn/vrijwilligersverzekering_3879)  
<http://www.regionalevrijwilligerscentraleheuvelland.nl>  
[www.vrijwilligerswerkvalkenburg.nl](http://www.vrijwilligerswerkvalkenburg.nl)  
<https://www.venlo.nl/vrijwilligersverzekering>  
<https://www.venray.nl/vrijwilligerswerk>  
[http://www.voerendaal.nl/portal/producten-en-diensten\\_3855/product/vrijwilligersverzekering\\_641.html](http://www.voerendaal.nl/portal/producten-en-diensten_3855/product/vrijwilligersverzekering_641.html)  
<http://www.weert.nl/Verzekering-vrijwilligersorganisaties.html>



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 9 telefonie- en internetaansluiting

Brunssum, 12-5-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 9 toekomen. Na enig marktonderzoek hebben we een provider voor telefonie en internet gevonden die mogelijk een interessante aanbieder voor Maatschappelijke Organisaties kan zijn. In het onderzoek dat we gedaan hebben, zijn 4 maatschappelijke organisaties bij wijze van test onder de loep genomen. Daarvoor is een offerte gemaakt. De resultaten waren als volgt:

- Eén MO gaat er niet op vooruit qua dienstverlening of kostenbesparing en wisselt dus niet
- Eén MO krijgt een betere dienstverlening en meer mogelijkheden op het gebied van telefonie tegen iets minder kosten. Deze MO stapt over.
- Eén MO kan een fikse kostenbesparing realiseren. De benodigde investering is tussen 6-12 maanden terug te verdienen is.
- Eén MO maakt gebruik van mobiele telefonie en kan ook door overstappen een fikse besparing in de kosten realiseren.

De firma waarmee SMOL samenwerkt is:

VIRITEL BV.  
dhr. Meino Kalwij  
Maassluisstraat 2  
1062 GD Amsterdam  
tel.: (088) 455 55 01  
mail: [meino@viritel.nl](mailto:meino@viritel.nl)

Het aanbod dat Viritel voor jullie heeft is:

- Gratis installatie op locatie met een volledige uitleg van de apparatuur;
- Geen langdurige contracten (ook niet als er door Viritel geïnvesteerd moet worden) maar maandelijks zonder kosten opzegbaar;
- Exclusief voor deelnemers van SMOL: 20% korting op de reeds scherpe tarieven voor Hosted Telefonie;
- Voor: remote support, beantwoorden van alle vragen, wijzigingen in de centrale worden geen kosten in rekening gebracht.

Wil je gebruik maken van dit aanbod, stuur dan de volgende gegevens aan Viritel door:

- Een kopie van de facturen van telefonie en internethosting;

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431



- Type telefooncentrale;
- Aantal toestellen;
- Mits van toepassing wensen op het gebied van :
  - Voicemail
  - Doorverbinden
  - Etc.

Deze gegevens kunnen jullie via mail aanleveren. Vermeld erbij dat jullie deelnemer zijn van SMOL zodat de extra korting gegeven wordt.

Graag horen we van jullie terug als het tot een succesvolle overstap leidt.

Wij hopen jullie hiermee een interessant aanbod te hebben gedaan. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Hopende jullie hiermee voldoende te hebben geïnformeerd,  
Met vriendelijke groet,

Hans Dieren





Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 10 bereikbaarheid MO's, telefoniste op afstand.

Brunssum, 12-5-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 10 toekomen. Een van de conclusies uit het onderzoek dat door Frank Joosten met betrekking tot facilitaire samenwerking is gedaan, betrof de bereikbaarheid van Maatschappelijke Organisaties. Gebleken is dat een aantal MO's slecht te bereiken is via de telefoon. Dit heeft verschillende oorzaken. Bereikbaarheid is wel van belang voor MO's, tenslotte wil je als er een vraag is, hier op in kunnen gaan. Niet iedere MO heeft de mogelijkheid om haar bereikbaarheid in te vullen met een eigen telefoniste. Daarvoor bestaan dienstverleners die deze taak op zich kunnen nemen. Als je niet zelf rechtstreeks bereikbaar bent, kun je de telefoon naar deze dienstverlener doorschakelen. Zij nemen de telefoon op. Kunnen de boodschap aannemen en via mail/sms een bericht sturen met de belangrijke gegevens. SMOL is gaan kijken naar de verschillende aanbieders en heeft het volgende aanbod van Phonecare en Telefoonboek.nl voor jullie. In het bijgevoegde excelbestand zien jullie waar de dienstverlening uit bestaat.

De gegevens van de aanbieders zijn:

**Phonecare**

Kaatstraat 2  
3513 BK Utrecht  
Tel. (030) 236 25 25  
[info@phonecare.nl](mailto:info@phonecare.nl)

**Telefoonboek B.V.**

Tel. 024-3555299  
[d.lentjes@telefoonboek.nl](mailto:d.lentjes@telefoonboek.nl)

Om enig idee te krijgen van de maandkosten heb ik een tabel en grafiek van de verschillende abonnementen opgenomen. Hierin is te zien hoe kosten zich ontwikkelen. Op basis van het proefabonnement van 14 of 30 dagen kun je vervolgens het beste abonnement kiezen.

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431



Om de kosten te drukken biedt Telefoonboek.nl aan om alle MO's die deelnemen via SMOL onder 1 abonnement te plaatsen. Facturering gaat dan aan SMOL. Dat betekent dat SMOL de MO's doorbelast. Daarvoor wordt een voorschotnota verzonden en een onkostenvergoeding gevraagd van €10,- (excl. BTW) per MO per maand. Als er minimaal 5 MO's meedoen is dit een goede optie. MO's die hier interesse in hebben kunnen zich melden bij H. Dieren via mail: [smol@mn-li.nl](mailto:smol@mn-li.nl). Inschrijftermijn eindigt op **16-6-2017**. Heb je vragen hierover of wil je meer uitleg, neem dan contact met mij op.

Wij hopen jullie hiermee een interessant aanbod te hebben gedaan. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Veel succes er mee en als het goed is krijgen we elkaar in de toekomst altijd telefonisch te pakken!

Groet,

Hans Dieren

## Bereikbaarheidsdienst telefoondienst

prijzen excl.BTW

leverancier	phonecare	phonecare	telefoonboek.nl	telefoonboek.nl	telefoonboek.nl
pakket	Economy	Business	Pro	Business	Business Plus
bereikbaar op:	werkdagen 8.30-21.00 uur	werkdagen 8.30-21.00 uur	24/7	24/7	24/7
gesprekken in bundel:	0	150	30	100	175
abonnement/maand	€ 14,95	€ 79,00	€ 45,00	€ 95,00	€ 135,00
per gesprek buiten bundel	€ 0,95	€ 0,75	€ 0,85	€ 0,85	€ 0,85
doorschakelen	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
sms of mail per gesprek (optie)	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
standaard mail per gesprek	€ 0,25	€ 0,25	€ -	€ -	€ -
opmerking:	in abonnement zit 1 x per dag een mail met overzicht van aangenomen telefoontjes	in abonnement zit 1 x per dag een mail met overzicht van aangenomen telefoontjes			
entreekosten	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
proefperiode (gratis):	14 dagen	14 dagen	30 dagen	30 dagen	30 dagen
kosten doorschakelen:	gesprekskosten	gesprekskosten			
contract	KPN	KPN	€ -	€ -	€ -
opzegtermijn	1 mnd	1 mnd	1 jr vast	1 jr vast	1 jr vast
aantal MO's onder 1 contract:	1 mnd	1 mnd	1mnd	1 mnd	1 mnd
admin kosten/mnd per MO:			ja € 10,00	ja € 10,00	ja € 10,00



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 11 Quick scan juridische aansprakelijkheid

Brunssum, 1-9-2017

Beste mensen,

Maatschappelijke organisaties lopen tijdens het uitoefenen van hun werkzaamheden risico's. Risico's, die verminderd of uitgesloten kunnen worden door vooraf zaken te regelen en vast te leggen.

Men moet daarbij denken aan risico's bij het werken met vrijwilligers, het aanbieden van activiteiten, financiële risico's, bestuurlijke risico's.

SMOL heeft samen met Juridiqua een quickscan opgezet waarmee jullie snel inzicht krijgen of het wenselijk is aandacht aan deze risico's te besteden. In de bijlage van dit aanbod is een excel bestand opgenomen. Vul de vragen in en zie op basis van de score of er mogelijke risico's zijn voor de stichting/vereniging of de personen die er werkzaam zijn. Vast en zeker is al het een en ander geregeld, maar hier eens naar kijken en in het bestuur van uw organisatie te bespreken kan geen kwaad.

Deze Quick Scan is verdeeld in een aantal onderwerpen, waarmee u als bestuur te maken heeft of te maken kan hebben én waar mogelijk risico's voorkomen.

Mocht de uitkomst van deze quickscan voor u aanleiding zijn om hier meer informatie over te krijgen, dan kunt u contact opnemen met:

Juridiqua, Bureau voor juridisch organisatie advies  
Mevr. Helmi van Bergen  
Tel.: 046-4581387 mob.: 06-13624614  
Mail: [info@juridiqua.nl](mailto:info@juridiqua.nl)

Voor deelnemers van st. SMOL geldt dat dit eerste gesprek geen kosten in rekening gebracht worden.

Bijlagen:  
Risico inventarisatie Juridische aansprakelijkheid  
Juridiqua Flyer Stichtingen en Coöperaties

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431

## Risico inventarisatie stichtingen/verenigingen

zet een kruisje in de kolom: ja, nee, weet niet of n.v.t.

Bestuurlijk niveau	Ja	nee	weet niet	n.v.t
Zijn de mutaties van bestuurders tot nu toe aan de kvk doorgegeven; maw zijn de gegevens actueel bij de KvK?				
Zijn de taken en bevoegdheden omschreven in een document?				
a. van de bestuursleden				
b. van anderen: medewerkers/leden/vrijwilligers/etc.				
Zijn buiten het bestuur andere vertegenwoordigingsbevoegd?				
Indien anderen de organisatie vertegenwoordigen, zijn de voorwaarden hiervoor vastgelegd? Bijvoorbeeld in een volmacht				
Worden besluiten met een zeker risico gedocumenteerd in de notulen en/of een besluitenlijst?				
Weet u dat u als bestuur in zijn geheel of de bestuurders afzonderlijk hoofdelijk aansprakelijk gesteld kunt worden indien de stichting schade lijdt naar aanleiding van het door het bestuur gevoerde beleid?				
a: door een grotere financiële verplichting aan te gaan dan is afgesproken				
b: door een verplichting aan te gaan waarvan u als bestuur of als handelend bestuurslid weet u dat u die niet kunt nakomen				
Zorgt u als bestuur voor voldoende terugkoppeling van het verloop van bestuursbesluiten				
Heeft er naast de penningmeester nog een ander bestuurslid toezicht op de financiën				
Algemene Voorwaarden	Ja	nee	weet niet	n.v.t
Werkt uw organisatie met algemene voorwaarden voor:				
- leden				
- leveranciers				



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 12 Risico scan privacywetgeving.

Brunssum, 28-11-2017

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 12 toekomen. Het betreft deze keer een thema waar de meeste van ons mee te maken hebben. Privacy regels en wetten worden aangescherpt. Dit betekent wel het een en ander voor organisaties. In bijlage treffen jullie achtergrondinformatie aan van Juridiqua over dit thema. Tevens hebben we een spreadsheet bijgevoegd waarmee snel een inschatting te maken is of er sprake is van weinig gemiddeld of hoog risico.

Wij hopen jullie hiermee een interessant aanbod te hebben gedaan. Hebben jullie zelf een idee waar we met de MO's profijt van kunnen hebben, laat het ons weten.

Met vriendelijke groet,

Hans Dieren

## Risico inventarisatie privacy stichtingen/verenigingen

zet een kruisje in de kolom: ja, nee, weet niet

Organisatie mbt persoonsbestanden	Ja	nee	weet niet
Weet u van welke categorie personen u persoonsgegevens verzamelt			
weet u met welk doel u de persoonsgegevens verzamelt			
weet u welke gegevensitems per (categorie) persoonsbestand u verzamelt, vastlegt en verwerkt			
heeft u de processen mbt het verzamelen, vastleggen en verwerken van persoonsgegevens in kaart			
heeft u een protocol melding datalekken			
heeft u bewaartermijnen bepaalt van personen die niet meer bij de stichting/vereniging horen			
weet u van elk gegevensitem waarom u dit verzamelt en vastlegt			
<b>ICT-zaken</b>	<b>Ja</b>	<b>nee</b>	<b>weet niet</b>
is de software waarmee u persoonsgegevens vastlegt en verwerkt up-to-date			
heeft u goede virusscanners			
verwerkt u persoonsgegevens in de cloud			
heeft u met de cloud-leverancier een bewerkersovereenkomst			
zijn er back-up procedures			
<b>Bewustzijn/awareness</b>	<b>Ja</b>		<b>weet niet</b>
weet u wie binnen de stichting/vereniging zich bezig houdt met persoonsgegevens			
zijn deze personen bekend met de privacywetgeving			
<b>Juridische zaken</b>	<b>Ja</b>	<b>nee</b>	<b>weet niet</b>
heeft uw stichting/vereniging een privacy beleid			
heeft uw vereniging/stichting een privacyreglement			
heeft u bewerkersovereenkomsten afgesloten met uw cloud-leveranciers			
weet u wat u moet doen als er persoonsgegevens "op straat" terechtkomen			
heeft u een protocol melding datalekken			



Aan: Deelnemers st. SMOL

Brunssum, 21-6-2017

Betreft: accountantsverklaring

Geachte deelnemers,

Tijdens de deelnemersvergadering van 10 mei j.l. is aangegeven dat het de moeite waard zou zijn om te kijken of er een alternatieve aanbieder voor de accountantsverklaring te vinden is. Dit aangezien de kosten hiervan fors gestegen zijn in de afgelopen tijd.

Dit idee is opgepakt door SMOL (Hans Diederens) in samenwerking met COS Limburg (Wil Reijnders).

De bedoeling is om bij een aantal aanbieders een offerte op te vragen. De organisaties die hier interesse in hebben kunnen dan zelf kiezen op basis van het aanbod, of ze hier op in willen gaan. U bent niet op voorhand verplicht om het aanbod dat hier uit voortvloeit, te accepteren.

De offerte zal over de huidige subsidieperiode 2017-2020 gaan. De eventuele opdrachtverstrekking aan de accountant/kantoor zal dan ook voor deze gehele periode gelden.

De volgende aanpak wordt gehanteerd:

1. Geef vóór 15-07-2017 aan of uw organisatie meedoet of niet via: [smol@mn-li.nl](mailto:smol@mn-li.nl). Doet u niet mee dan is onderstaande informatie niet van belang voor u. Doet u wel mee, lees dan verder.
2. Verzamelen van gegevens om de offerte aan te vragen (inleverdatum 01-09-2017). Wat u moet aanleveren leest u verderop in deze brief.
3. Aanvragen van offertes uiterlijk 15-9-2017 door SMOL
4. Beoordeling offertes gereed 15-10-2017.
5. Voorstellen van aanbod/offertes aan deelnemende organisaties tweede helft oktober.

St. Samenwerkende Maatschappelijke Organisaties Limburg  
Postadres: Wieënweg 75 te 6445 CC Brunssum

KvK : 61785431





Om een offerte op te kunnen vragen verzoeken wij de volgende gegevens uiterlijk 01-09-2017 digitaal aan te leveren ([smol@mn-li.nl](mailto:smol@mn-li.nl)):

- a. De laatste balans en gespecificeerde resultatenrekening (dit betreft meestal de toelichting op de resultatenrekening). (Wij kunnen ons voorstellen dat u de bedragen niet wilt opgeven. Het is dan ook mogelijk deze informatie om te werken naar percentages);
- b. Het aantal personeelsleden (betaalde krachten);
- c. Welke statutaire bepalingen of eisen t.a.v. de accountantsverklaring kent uw organisatie (bijvoorbeeld controle moet gedaan worden door een RA);
- d. Welke deadline geldt voor het aanleveren van de accountantsverklaring;
- e. Heeft u een voorkeur voor een kantoor.

Hopende u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd, in afwachting van uw reactie, met vriendelijke groet,

Hans Diederer

Wil Reijners



**Aan: deelnemers st. SMOL**

**Van: H. Diederer**

**Betreft: ondersteuning computergebruik en beheer.**

Brunssum, 17-2-2017

Beste mensen,

Bij het onderzoek van Frank Joosten (MO-facilitair) is vastgesteld dat er een aantal maatschappelijke organisaties behoefte hebben aan ondersteuning bij het gebruik en beheer van computers. Op dit moment zijn wij dat verder aan het uitwerken. Alvorens de volgende stappen te zetten willen we graag de behoefte peilen op dit gebied bij de diverse MO's.

Er is een verkennend gesprek geweest met een organisatie die ondersteuning op verschillende vlakken kan aanbieden. Zij bieden 24/7 hun diensten aan. Te denken valt dan aan het volgende:

#### **1. hulp bij calamiteiten**

Op het moment dat computers 'het niet meer doen' kunnen zij hulp bieden. Het ter plekke uitvoeren van reparaties, herstellen van software etc. behoort tot de mogelijkheden.

#### **2. monitoring**

het is ook mogelijk om computers op afstand als het ware te monitoren. Daarbij wordt in een vroegtijdig stadium herkend of er zich problemen gaan voordien. Bijvoorbeeld het crashen van de harde schijf. Vertragen van de computer door specifieke bestanden of programma's die niet ge-up-date worden. Hiermee wordt voorkomen dat er schade aan apparatuur of bestanden optreedt.

#### **3. Anti Virus**

Het scannen en verwijderen van virussen.

#### **4. hulp bij gebruik van programma's**

Het gebruiken van programmatuur zoals office pakket kent iedereen. Soms komt het voor dat er in het gebruik zaken niet lukken omdat niet duidelijk is hoe het



programma werkt. Hulp, ondersteuning, een vraagbaak geeft dan vaak net die informatie die je verder kan helpen.

In de bijgevoegde spreadsheet zijn 4 korte vragen opgenomen die met het zetten van een kruisje te beantwoorden zijn. Ik verzoek jullie dit te doen zodat we een beter beeld krijgen of we verder met deze aanbieder in gesprek kunnen/moeten gaan.

Graag deze informatie voor 17 maart aanleveren.  
Voor eventuele vragen kun je contact met mij opnemen.

Met vriendelijke groet,

Hans Diederer  
06-51787175

opm.: Voor het actuele overzicht van de vergaderlocaties: zie dienstencatalogus op mn-li.nl (zoekwoord: vergaderen)



Aan: Deelnemers st. SMOL

Betreft: Aanbod 14 overzicht vergaderlocaties

Brunssum, 27-3-2018

Beste mensen,

Onderstaande laat ik jullie aanbod 14 toekomen. Iedereen kent de grote vergaderlocaties wel of weet deze te vinden. Niet altijd heb je zo een luxe of dure locatie nodig. Er zijn tal van locaties te vinden waar je goedkoop en met een prima service een vergadering kunt beleggen. Onderstaande treffen jullie een overzicht aan van dit soort kleinere locaties. Natuurlijk is deze lijst niet compleet maar we hebben getracht in alle delen van de provincie iets te vinden. We willen de lijst graag aanvullen. Dus als jullie nog goede locaties weten, geef de gegevens door dan werken we de lijst bij. Deze zullen we dan regelmatig publiceren via de dienstencatalogus op mn-li.nl. Daar vinden jullie dit overzicht ook.

Met vriendelijke groet,

Hans Dieren

# Bijlage 2: Quick Scan resultaten

## Quick Scan Naamsbekendheid

### COS LIMBURG



Aantal respondenten telefonische Enquête: **0**

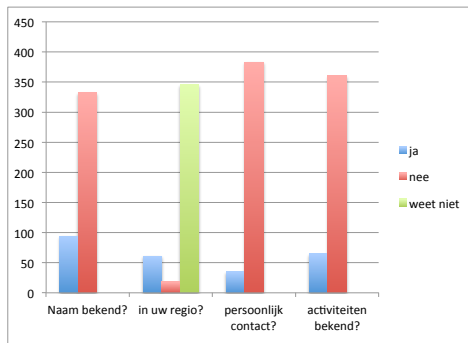
Aantal resp. netwerken koplopers: **431**

#### respondenten per sector:

gemeenten	0
onderwijs	0
doelgroepen	0
Partners om doelgroep te bereiken	0
MO's erkend	0
MO's niet erkend	0

#### vragen netwerk koplopers

	ja	nee	weet niet
Naam bekend?	94	332	
in uw regio?	61	18	346
persoonlijk contact?	35	383	
activiteiten bekend?	65	361	



## Quick Scan Naamsbekendheid

### GIPS S&L



Aantal respondenten telefonische Enquête: **0**

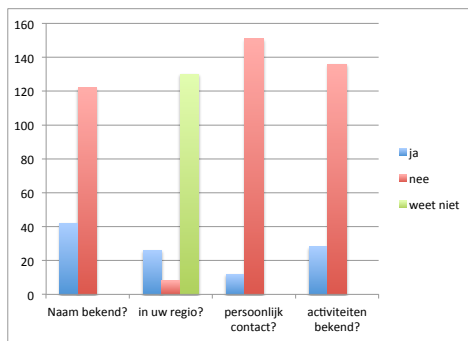
Aantal resp. netwerken koplopers: **173**

#### respondenten per sector:

gemeenten	0
onderwijs	0
doelgroepen	0
Partners om doelgroep te bereiken	0
MO's erkend	0
MO's niet erkend	0

#### vragen netwerk koplopers

	ja	nee	weet niet
Naam bekend?	42	122	
in uw regio?	26	8	130
persoonlijk contact?	12	151	
activiteiten bekend?	28	136	

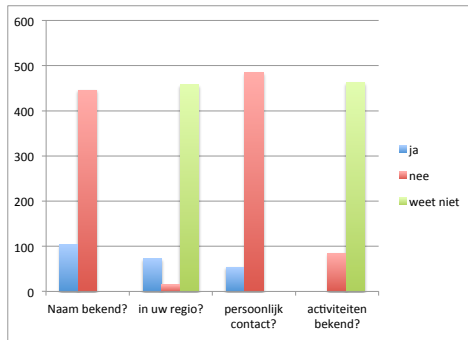


**Bijlage: Quick Scan resultaten**

**Quick Scan Naamsbekendheid**

**Jongeren Netwerk Limburg**

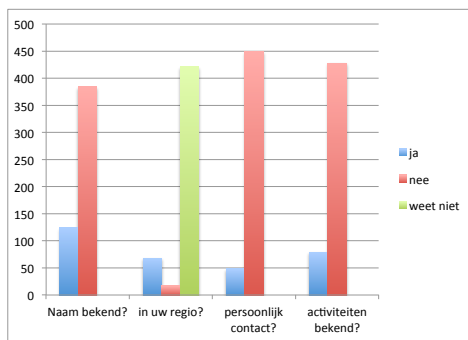
<b>Aantal respondenten telefonische Enquête:</b>	<b>0</b>	<b>Aantal resp. netwerken koplopers:</b>	<b>560</b>
<b>respondenten per sector:</b>		<b>vragen netwerk koplopers</b>	
gemeenten	0		
onderwijs	0		
doelgroepen	0		
Partners om doelgroep te bereiken	0		
MO's erkend	0		
MO's niet erkend	0		



**Quick Scan Naamsbekendheid**

**De Pijler**

<b>Aantal respondenten telefonische Enquête:</b>	<b>0</b>	<b>Aantal resp. netwerken koplopers:</b>	<b>518</b>
<b>respondenten per sector:</b>		<b>vragen netwerk koplopers</b>	
gemeenten	0		
onderwijs	0		
doelgroepen	0		
Partners om doelgroep te bereiken	0		
MO's erkend	0		
MO's niet erkend	0		



# Bijlage 3: opbrengsten CANVAS

De volgende Canvassen zijn gemaakt samen met de deelnemers van project Nieuwe Wegen.

- Doorverwijzing IZO
  - Stichting SMS Coaching®
  - Stichting Party Si Peer
  - Gezondheidsplein
  - Kennismakelaar burgerinitiatieven, armoede & sociale uitsluiting
  - Pijler lezingen
  - Mensen in hun kracht zetten
  - VR-beleving Autisme
  - Doorlopende leerlijn GIPS
  - Voorleesproject
  - Rouw & verliesverwerking
  - Kenniscentrum Jeugdwerk
  - Sportieve veiligheid
  - Ontgroening
  - Panel
  - Spelpakketten in de markt
  - Jong Nederland afdelingen 3.0
  - Expert team mentorschap
  - SROI als kans om mentoren te werven
  - Makelaar in deskundigheidsbevordering
  - Op brain safari
  - Ik wil en ik doe mee!
  - SMKK als schakel bij opvoedingsvraagstukken
  - Uw speeltuin, onze zorg
  - Ambassadeur+ voor SpeL
  - Zij Actief 3.0: de afdeling centraal
  - Zij Netwerk Actief
- Buddyzorg
  - Buddyzorg
  - COS Limburg
  - COS Limburg
  - De Pijler
  - De Pijler
  - GIPS S&L
  - GIPS S&L
  - GIPS S&L
  - Humanitas
  - Humanitas
  - Jeugdwerk Limburg
  - Jeugdwerk Limburg
  - JNL
  - JNL
  - Jong Nederland Limburg
  - Jong Nederland Limburg
  - Mentorschap
  - Mentorschap
  - Scouting Limburg
  - Scouting Limburg
  - SMKK
  - SMKK
  - Spel
  - Spel
  - Zij Actief
  - Zij Actief

**SMOL SROI als kans om mentoren te werven**



# Bijlage 4: Digitaal Platform Verbinden



## Digitaal Platform Verbinden



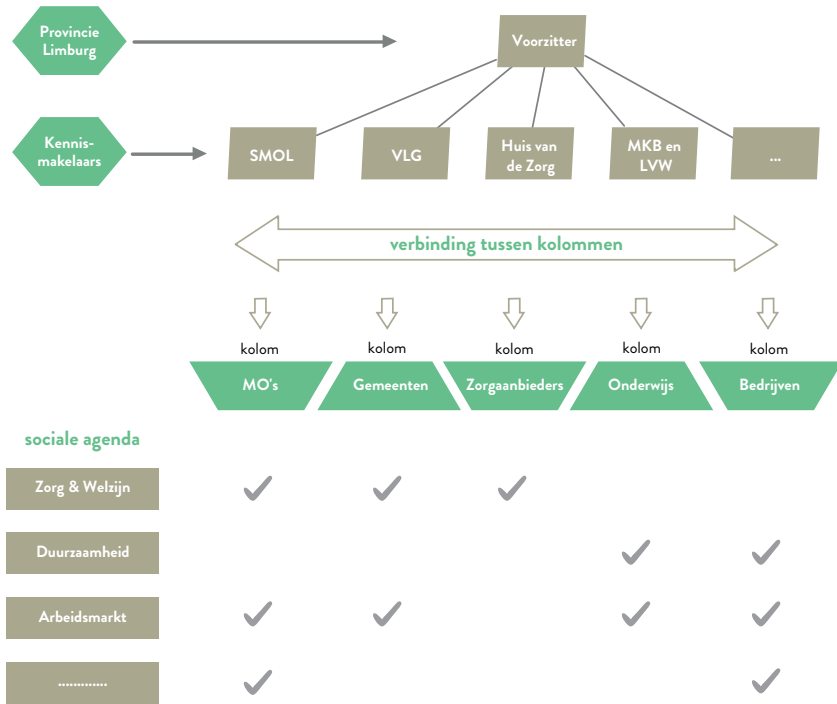
*“Wie helpt mij mee om een speeltuin op te zetten in de buurt?”*  
*“Hoe kan ik mijn medewerkers beter leren omgaan met arbeidsbeperkte collega's?”*  
*“Hoe kan ik onze oudere burgers meer aandacht bieden met betrokken vrijwilligers?”*

Herkenbare vragen waar velen dagelijks mee te maken hebben. Hoe goed zou het zijn als je als burger, organisatie of bedrijf weet wat er nog meer speelt op die terreinen waar jij je ook mee bezig houdt. Waar is een overzicht te vinden van initiatieven, vraagstukken, innovaties, ervaringen van anderen, lotgenoten en misschien wel diensten en/of producten? Zeker dat wat nog in een initiatief fase zit, is niet zichtbaar of terug te vinden.

Dit product is in feite klaar, alleen het moet nog op maat gemaakt worden. Het hulpmiddel heet het Digitaal Platform Verbinden (DPV) en het koppelt alle informatie en vragen rond dit punt met elkaar waardoor er nuttige en toepasbare verbindingen ontstaan. Concreet; hier wordt antwoord gegeven op vragen. Tevens kunnen ook oplossingen worden aangedragen. Het DPV vormt een database met alle relevante informatie die voor deze vraag en het aanbod nodig is.



**OVERLEGGROEP KENNISMAKELAARS VAN DE VERSCHILLENDE KOLOMMEN**



✓ voorbeelden zijn niet gebaseerd op de praktijk



**Social Media**

De ervaring heeft geleerd dat alleen een digitaal platform niet voldoende is. Een website die alleen informeert werkt niet. Hiervoor is een sterke, systematische activering van de social media nodig om de burgers te bereiken.

**Kennismakelaars**

Daarnaast zijn kennismakelaars nodig die per branche/kolom (Maatschappelijke Organisaties, onderwijs, gemeenten, zorg, bedrijven) de informatie verzamelen. Zij richten zich met name op de zaken die nog niet naar een concreet product/ dienst ontwikkeld hebben. M.a.w. dus de innovaties, initiatieven. De kennismakelaars zorgen dat de DPV

database hiermee gevoed wordt. Dat betekent ook dat aangesloten organisaties hun bestaande producten en diensten zelf in de DPV kunnen zetten en beheren.

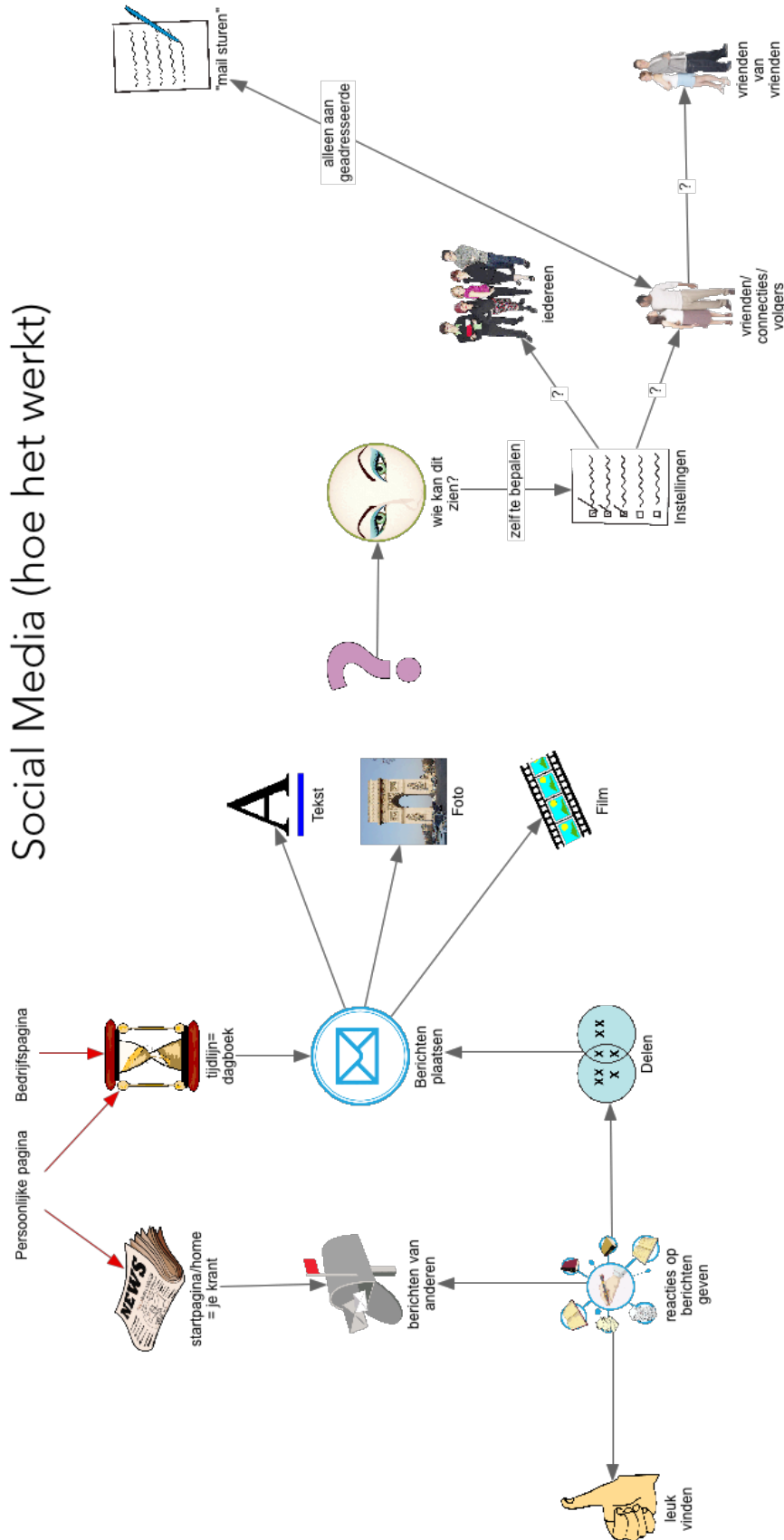
De kennismakelaars hebben op regelmatige basis contact met elkaar zodat iedereen zo optimaal mogelijk op de hoogte gehouden wordt. Dit kan bijvoorbeeld met een overlegstructuur onder leiding van de Provincie.

**Meer informatie?**

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Hans Diederens (voorzitter van Stichting SMOL) via [smol@mn-li.nl](mailto:smol@mn-li.nl) of 06-51787175.



# Bijlage 5: Social Media hoe werkt het



# Bijlage 6: Format voor werkplan

## Model werkplan voor Maatschappelijke Organisaties

---

Datum: 1-9-2017

### Inleiding

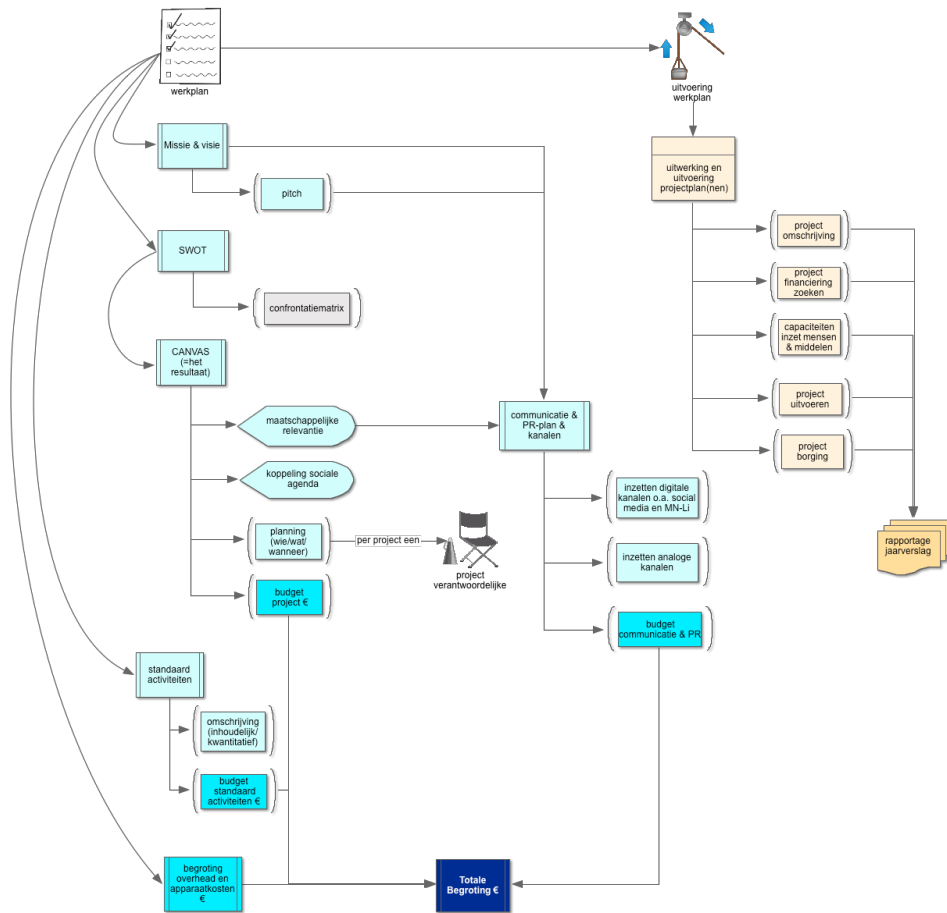
Vanuit het project Nieuwe Wegen is gewerkt aan het vereenvoudigen van het maken van een werkplan. Het resultaat is een format dat met de koplopers is afgestemd. We hebben er op gelet dat het ook voldoet aan de eisen vanuit de Provincie Limburg. Dit format is enerzijds opgezet om het schrijven van een werkplan te vereenvoudigen en anderzijds als leidraad en/of checklist om de onderwerpen die aan bod moeten komen niet te vergeten. Onderdeel van dit format zijn nog de volgende bestanden die naar wens ingezet kunnen worden:

- Een sjabloon document voor CANVAS businessmodellen (powerpoint bestand) dat u kunt gebruiken voor het werkplan.
- Een planningsdocument voor uw communicatie activiteiten. Dit document geeft de structuur voor het maken van een communicatieplan weer, helpt u met het kiezen van communicatiekanalen en wie in uw organisatie hier bij betrokken is. Er is een tabblad gemaakt specifiek voor communicatie rondom evenementen. Tevens is er een checklist opgenomen waar aan te denken rondom het doorvoeren van een huisstijl.
- Een format voor de begroting (excel-bestand). U vult de details op de verschillende tabbladen in waarna de begroting (kosten en baten) er uit rolt.

Uiteraard staat het eenieder vrij af te wijken van dit format en de sjablonen.

Indien er vragen zijn m.b.t. het gebruik van dit format, kunnen jullie contact opnemen met: stichting SMOL, Hans Dieren: [smol@mn-li.nl](mailto:smol@mn-li.nl).

### Schematische weergave werkplan



# [Titel werkplan]

---

## Inleiding

Geef hier een algemene inleiding met bijvoorbeeld:

- Hoe is het werkplan tot stand gekomen;
- Uitgangspunten voor het opstellen van het werkplan;
- Procedure hoe het werkplan intern goedgekeurd is.

## Missie

De missie geeft aan waaraan de organisatie haar bestaansrecht ontleend (waartoe zijn wij op aarde). Laat de volgende zaken aan bod komen:

- Wat willen we zijn;
- Voor wie;
- Waar;
- Waartoe;
- Hoe;
- Centrale waarden.

Een missie is nauwelijks aan wijzigingen onderhevig en wordt voor de lange termijn opgesteld.

## Visie

De visie geeft weer hoe de organisatie zichzelf en haar activiteiten plaatst in het licht van de huidige en toekomstige ontwikkelingen. Welke (interne en externe) factoren zijn van invloed en hoe passen de activiteiten van de organisatie hierin of moeten zich daarin ontwikkelen. De visie geeft de richting weer van waar een organisatie naar toe wilt.

## Pitch

De pitch geeft kort en krachtig weer wat de organisatie kan betekenen voor anderen, wat ze doet, voor wie en hoe. De pitch wordt vaak ingezet om iemand in enkele zinnen uit te leggen wie je als organisatie bent. Het opstellen van een pitch dwingt je kernachtig en “to the point” dit te beschrijven. Een organisatie kan meerdere pitches hebben afhankelijk van de doelgroep waarop zij zich richt (bijv. Klanten, subsidieverleners, sponsors, etc.).

## SWOT

De SWOT-analyse vormt de basis voor de uitwerking van het CANVAS Businessmodel. In de SWOT (Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats) worden de Sterktes, Zwaktes, Kansen en Bedreigingen inzichtelijk gemaakt. Een model voor het invullen van de SWOT (excel-bestand) is onderdeel van dit format.

## Bestaande activiteiten

Voor repeterende of bestaande activiteiten bestaat vaak al een uitgewerkt plan. Dit kan opgenomen worden in het werkplan. Ook nieuwe activiteiten kunnen op deze manier beschreven worden. Als alternatief is het ook mogelijk om bestaande maar zeker ook nieuwe ontwikkelingen/activiteiten, die nog niet helemaal uitgekristalliseerd zijn, met behulp van een CANVAS te beschrijven. Zie volgende paragraaf.

## CANVAS businessmodel

Op basis van de SWOT worden één of meerdere CANVAS businessmodellen opgesteld. Deze worden in de bijlage bijgevoegd. Een format is als powerpoint bestand onderdeel van dit format. Er worden met deze CANVAS modellen:

- Concrete producten en/of diensten beschreven;
- Nieuwe doelgroepen beschreven.

In deze paragraaf volgt een korte beschrijving van:

- product, dienst en/of nieuwe doelgroep;
- de aanleiding waarom gekozen is voor deze producten, diensten en/of doelgroepen;
- Op hoofdlijnen wat de aanpak van de ontwikkeling gaat worden;
- De doelstellingen en/of het eindresultaat van hetgeen in de CANVAS bedacht is, omschreven;
- Het tijdsbestek waarin een en ander gerealiseerd gaat worden;
- De verantwoordelijke per project.

De budgettering van de kosten wordt meegenomen in de begroting. Een gedetailleerde uitwerking in projectplannen, concrete financiering en detailbegrotingen, tijdsplanningen, stappenplannen, etc. valt buiten het werkplan.

## Communicatie en PR

In deze paragraaf wordt beschreven:

- Welke kanalen worden ingezet voor communicatie (intern en extern);
- Hoe wordt deze inzet georganiseerd;
  - Wie is verantwoordelijk voor welk kanaal,
  - Hoe vaak worden kanalen ingezet,
  - ...
- Hoe worden de effecten gemeten,
  - Bereik van social media,
  - Oplagen van nieuwsbrieven,
  - ...

*Opmerking: Als hulpmiddel voor het opstellen van het communicatie plan is een sjabloon apart bestand bij dit format gevoegd:*

*'opzetten inrichten communicatiestructuur.xls'*

*Deze sjabloon (of delen er van) kunt u gebruiken in dit werkplan of in de bijlagen van het werkplan.*

Budgettering van de kosten voor communicatie is onderdeel van de begroting.

### Begroting [jaartal] t/m [jaartal]

Voor het opstellen van de begroting is een voorbeeld (excel-bestand: begrotingsformat.xls) onderdeel van dit format. U kunt de tabbladen invullen waarna het geheel getotaliseerd wordt in de verlies & winst rekening. Deze is onderdeel van het werkplan. In het excel-bestand zijn de volgende tabbladen:

- **V&W:** dit is het blad waar de Verlies & Winst rekening gemaakt wordt. De waarden worden *automatisch* overgenomen uit de andere tabbladen.
- **spec. Opbrengsten:** hierin specificiert u de opbrengsten die u in de begrotingsperiode verwacht. Er is een rubricering gemaakt van algemene kostenposten. Deze kunt u aanpassen en/of uitbreiden bij de kopjes: [ZELF IN TE VULLEN]. Als u deze cellen leeg maakt verdwijnen ze ook op het tabblad V&W. In de regels onder elke rubriek kunt u gedetailleerder uw posten benoemen.
- **Spec. Kosten:** hierin specificiert u de kosten die u verwacht te maken. Er is een rubricering al aangebracht maar deze kunt u aanpassen en uitbreiden bij de kopjes: [ZELF IN TE VULLEN]. Als u deze cellen leeg maakt verdwijnen ze ook op het tabblad V&W. In de regels onder elke rubriek kunt u gedetailleerder uw posten benoemen.
- **Mat. Vaste act.:** Hierin wordt de afschrijving van de materiële vaste activa berekend.

Op het tabblad **Instructieblad** staat aangegeven hoe u alles dient in te vullen.

### Doel en basisactiviteiten

Conform de subsidievoorwaarden van de provincie dient u aan te geven hoe de subsidie besteed wordt aan doel- en basisactiviteiten. Het is niet mogelijk om een standaard formulering hiervoor te maken voor alle organisaties. Let op dat u dit in uw begroting en planning zichtbaar maakt.

### Bijlagen

Als bijlagen voegt u toe:

- SWOT (optioneel);
- CANVAS modellen;
- Communicatieplan of delen hiervan;
- Begroting (tabblad V&W);
- Specificatie: opbrengsten, kosten materiële vaste activa (optioneel);
- Andere belangrijke achtergrond informatie voor uw werkplan.




<b>SWOT</b>	
<b>sterktes</b>	<b>zwaktes</b>
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5


<b>SWOT</b>	
<b>kansen</b>	<b>bedreigingen</b>
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5



### CONFRONTATIEMATRIX




sterktes					zwaktes				
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

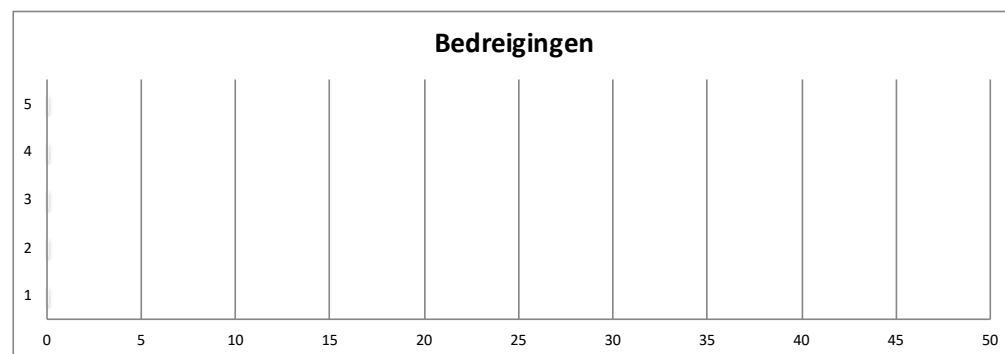
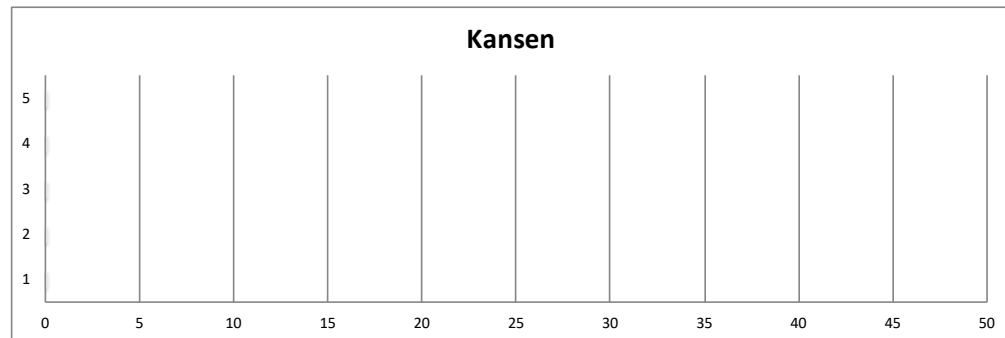
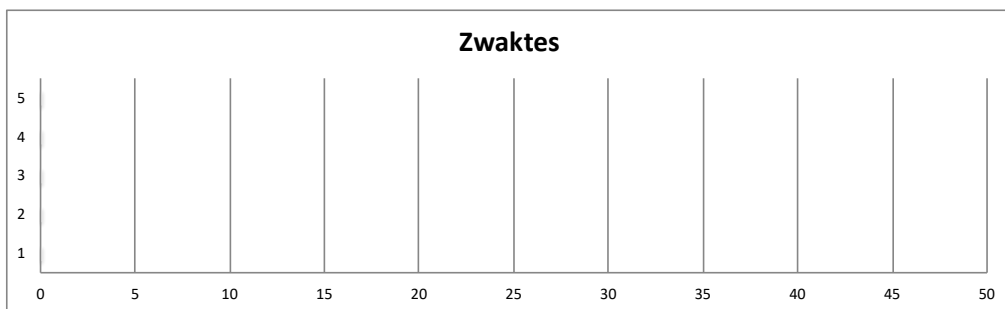
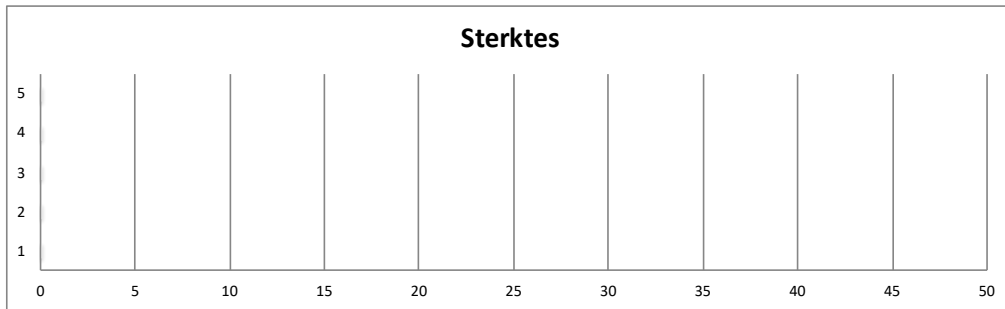


Waardeer de combinaties als volgt:  
 0=geen invloed  
 1=geringe invloed  
 3=heeft invloed

		sterktes					zwaktes					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	totaal:
<b>kansen</b>	1 0											0
	2 0											0
	3 0											0
	4 0											0
	5 0											0
<b>bedreigingen</b>	1 0											0
	2 0											0
	3 0											0
	4 0											0
	5 0											0
totaal:		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

provincie limburg 

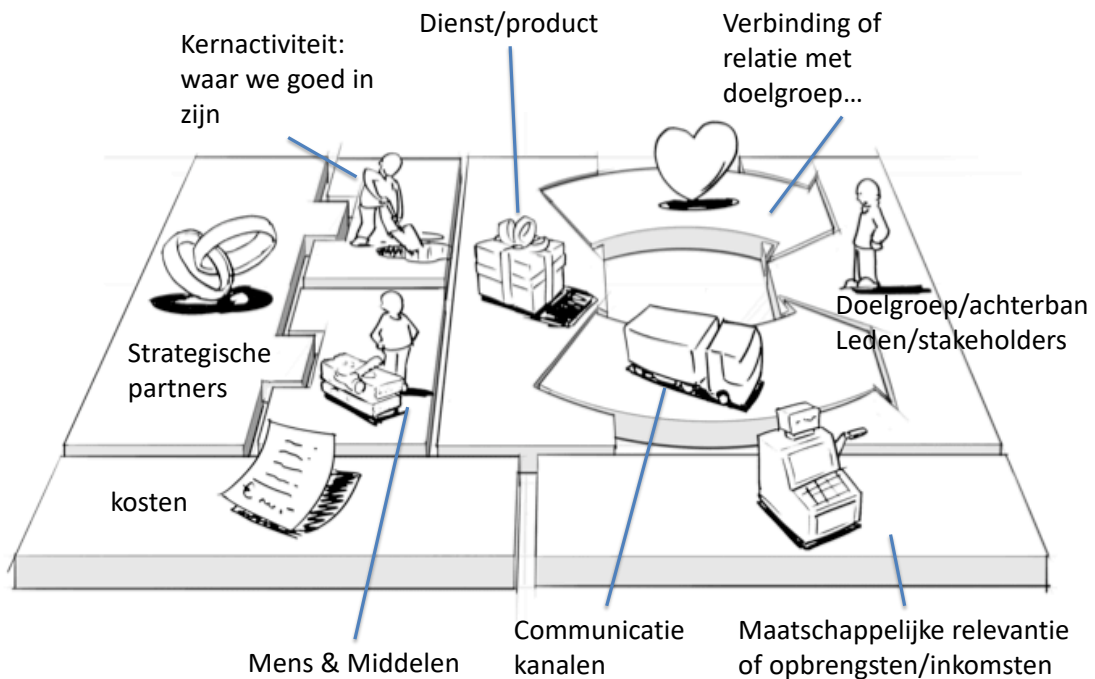
gesubsidieerd door de Provincie Limburg



### INSTRUCTIE

Op de volgende pagina staat de vertaalslag van de termen van het businessmodel CANVSAS naar maatschappelijke organisaties. De laatste twee bladen zijn formats voor het invullen van de CANVAS voor uw werkplan. De eerste gaat uit van een nieuwe dienst of product. De tweede gaat uit van een nieuwe doelgroep. (Zie ook notitieveld onder de dia's). Maakt u meerdere CANVASSEN dan kunt u deze bladen gewoon kopiëren. Hetzelfde geldt voor de "geeltjes". U kunt de vorm en het aantal naar believen aanpassen.

## Het CANVAS businessmodel





# Titel



<b>Key Partners</b>	<b>Kernactiviteiten</b>	<b>Waardepropositie</b>  <i>Titel van het nieuwe product of de nieuwe dienst</i>	<b>Klantrelaties</b>	<b>Klantsegmenten</b>
	<b>Key Resources</b>		<b>Kanalen</b>	
<b>Kostenstructuren</b>		<b>Inkomstenstromen</b>		

## Communicatieplan Missie Visie

Naam organisatie:

### Missie

Toelichting: in de missie staat: Wat willen we zijn, voor wie, waar, waartoe, hoe en de centrale waarde van de organisatie

### Visie

Toelichting: De visie geeft weer hoe de organisatie zichzelf en haar activiteiten plaatst in het licht van de huidige en toekomstige ontwikkelingen. Welke (interne en externe) factoren zijn van invloed en hoe passen de activiteiten van de organisatie hierin of moeten zich daarin ontwikkelen. De visie geeft de richting weer van waar een organisatie naar toe wilt.

## Communicatieplan Pitch

Naam organisatie:		0
-------------------	--	---

### Pitch

De pitch geeft kort en krachtig weer wat de organisatie kan betekenen voor anderen, wat ze doet, voor wie en hoe. Kijk ook naar de doelgroep die u wilt bereiken en de aard van de samenwerking en stem de pitch daar op af.

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Pitch om de kernactiviteiten van uw organisatie duidelijk te maken  |
| 2 | Pitch om de meerwaarde van samenwerking duidelijk te maken naar de doelgroep professionals.   |
| 3 | Pitch om de meerwaarde van samenwerking duidelijk te maken en hoe deze aansluit bij nieuwe leden, vrijwilligers en partnerorganisaties. |

### Communicatieplan De doelgroepen en communicatiekanalen

Naam organisatie:		0														
Kies je doelgroepen en bepaal welke communicatiekanalen erbij horen. Let op: bij het kanaal het cijfer '1' invullen.																
nummer kanaal:		1	2	3				4	5		6	7				
Welke doelgroep wilt u bereiken	[x]	Facebook	LinkedIn	Twitter	Google+	Instagram	Pinterest	Youtube	MN-li.nl	website	mail	whatsapp	nieuwsbrief (post)	folder (post)	nieuwsbrief (dig.)	folder (Dig.)
Bedrijven/profit organisaties	x		1							1						
Burgers/particulieren		1														
Financiers	x		1							1						
Jongeren																
Leden of lid organisaties	x	1							1	1			1		1	
Nieuwe leden	x	1								1						
Non profit organisaties	x	1							1	1						
Overheden	x		1							1						
Pers	x			1												
Politici	x	1	1	1												
Senioren																
Vrouwen																
[ZELF IN TE VULLEN]																
[ZELF IN TE VULLEN]																
[ZELF IN TE VULLEN]																
[ZELF IN TE VULLEN]																
[ZELF IN TE VULLEN]																
[ZELF IN TE VULLEN]																

### Communicatieplan De doelgroepen en communicatiekanalen

Uitvoerders communicatie		Facebook	LinkedIn	Twitter					MN-li.nl	website			nieuwsbrief (post)		nieuwsbrief (dig.)	
Aanbevolen frequentie:		2 week	2 week	1 dag					2 week	0 nvt			4 jaar		4 jaar	
Per:		week	week	dag					week	nvt			jaar		jaar	
Uitvoerders:	1	JJA	JJA	JJA	JJA	JJA		JJA	JJA	HPI						
	2	HPI				HPI		HPI								
	3	KKR				KKR		KKR								
	4	MVR				MVR										
	5															
	6															
	7															
	8															
	9															
	10															

Naam organisatie:	0																	
-------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Hier wordt de lijst gemaakt met de mensen die zich met communicatie of een deel daarvan binnen de organisatie bezig zijn.  
 Zijn er meerdere mensen met één communicatiekanaal bezig, geef ze dan een oplopend nummer startend met '1'.

Aantal medewerkers/kanaal:		4	1	1	1	4	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0
naam	Acroniem	Facebook	LinkedIn	Twitter	Google+	Instagram	Pinterest	Youtube	MN-li.nl	website	mail	whatsapp	nieuwsbrief (post)	folder (post)	nieuwsbrief (dig.)	folder (Dig.)	
1	Jan Jansen	JJA	1	1	1	1	1	1	1	1							
2	Hub Pieters	HPI	2				2	2		1							
3	Kees Kruijzen	KKR	3			3			2								
4	Miep Vrucht	MVR	4			4											
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	

**Communicatieplan medewerkers per kanaal**

Naam organisatie:	0																
-------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Aantal communicatiekanalen:		7					
	Medium	aantal posts	per	verantwoordelijken			
1	Facebook	2	week	JJA	HPI	KKR	MVR
2	LinkedIn	2	week	JJA			
3	Twitter	1	dag	JJA			
4	MN-li.nl	2	week	JJA	KKR		
5	website	0	nvt	HPI			
6	nieuwsbrief (post)	4	jaar				
7	nieuwsbrief (dig.)	4	jaar				

Let op: er zijn max. 15 kanalen en max. 10 verantwoordelijken per kanaal.



### Waar aan te denken bij het vaststellen van de huisstijl

---

logo [link met bestand]  
slogan ...

lettertype  
lettergrootte

kleur papier  
gramsgewicht papier

sjabloon briefpapier  
sjabloon volgvellen briefpapier  
sjabloon handtekening mail  
sjabloon enveloppe A4  
sjabloon enveloppe A5  
sjabloon nieuwsbrief  
lay out, headers en achtergronden website  
lay out, header en achtergronden social media

RGB

CMYK

#### Kleur codes

kleur code logo  
kleur code achtergronden  
kleur code briefpapier  
kleur code ...

#### audio/video

introdactie  
einde en aftiteling

## Communicatieplan Pitch evenementen

Veel MO's werken met evenementen, symposia, etc.  
 Hier een planning voor de communicatie via social media die ingezet kan worden.  
 Door deze richtlijn te volgen krijg je vanzelf 'story-telling' over het evenement. Print uit en hang op!

**Tijdspad van 6 weken voor aanvang tot 1 week er na...**

**6 weken voor aanvang** ✓

- 1 bedenk een Hashtag(#...).
- 2 maak een vooraankondiging in de vorm van een nieuwsbrief of bericht met indien bekend:
  - Titel;
  - Kies een passend beeldmerk (foto, tekeningen) als branding voor dit evenement;
  - Wat houdt het evenement in;
  - Waar is het;
  - Tijd (van-tot);
  - Locatie;
  - Mailadres of link waar je je kunt aanmelden.
- 3 Vooraankondiging posten op:
  - Maatschappelijknetwerklimburg.nl (MN-Li);
  - Jullie social media kanalen.

**2 weken voor aanvang** ✓

- 1 Nieuwsbrief met definitieve informatie.
  - vul aan met achtergrondinformatie over bijv. De sprekers, de onderwerpen, etc.

**1 week voor aanvang** ✓

- 1 Stuur een welkomstmail naar alle deelnemers die zich aangemeld hebben.   
 Dit werkt goed al herinnering en soms melden mensen zich nog af.

**Iedere week tot aan het evenement** ✓

1 Bericht/nieuwsbrief blijven posten op social media:	<b>week: 5 - 4 - 3 - 2 - 1</b>	
• Facebook    minimaal 2 keer per week;		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
post's in weekend heeft groter bereik.		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• LinkedIn    minimaal 1 keer per week;		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• Twitter      minimaal 3 keer per week;		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• ...		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• ...		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• ...		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• ...		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
• ...		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

## Communicatieplan Pitch evenementen

### Tijdens het evenement



- 1 Maak foto's om direct te posten op jullie social media en MN-Li;
- 2 Maak foto's die je na het evenement kunt gebruiken;
- 3 Maak een live-stream.

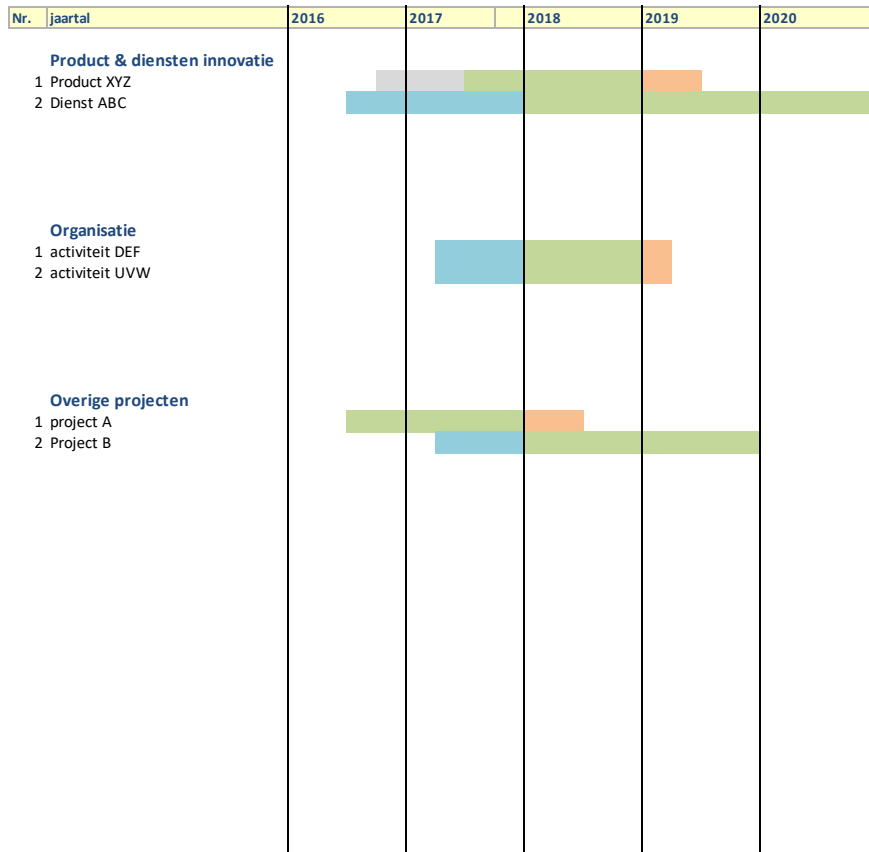
Spreek van tevoren af wie wat doet!

### 1 week na het evenement



- 1 Maak een nieuwsbrief/bericht met een terugblik: 
  - Wat is er allemaal gebeurd;
  - Wat is de opbrengst geweest;
  - Wat wordt het vervolg eventueel.
- 2 Stuur de terugblik rechtstreeks aan de deelnemers.
- 3 Post de terugblik op: 
  - MN-Li;
  - Jullie social media kanalen.

### Planning behorende bij werkplan 2018-2020



Let op: geef aan welke activiteiten onder de doelsubsidie en basissubsidie vallen van de Provincie Limburg



## Instructie gebruik spreadsheet

---

Voor het opstellen van de begroting is dit spreadsheet een hulpmiddel. De Verlies en Winst rekening wordt de begroting worden een aantal tabbladen ingevuld. Onderstaande de wijze waarop het werkt en ingevuld dient te worden. De bladen die beveiligd zijn kunnen via het menu "extra\beveiliging opheffen" ontsloten worden. De rubrieken zoals in de tabbladen genoemd kunnen overschreven worden, gewijzigd, zoals u dat zelf wenst.

### spec. opbrengsten

In dit tabblad kunt u gespecificeerd opnemen welke opbrengsten en inkomsten u verwacht. In de kolommen items per rubriek specificeren. De totaal bedragen worden in de V&W-rekening overgenomen. Worden in een aparte rubriek op de V&W-rekening. Het is ook mogelijk een aparte rubriek aan te maken. Dat staat gekenmerkt met ingevuld zijn wordt de rubriek in de V&W-rekening opgenomen.

### spec. kosten

Dit werkt hetzelfde als bij de opbrengsten. Ook hier zijn weer een aantal rubrieken vastgesteld en is er de mogelijkheid om jaarlijks terugkerende kosten kwijt maar ook kosten die tijdelijk voorkomen in een begrotingsjaar.

### mat. vaste act.

Deze tabel helpt u de afschrijvingen uit te rekenen. Het totaal aan afschrijvingen wordt overgenomen in de V&W-rekening. Vul de begin en einddatum van het begrotingsjaar in. Vul de kolommen: item (omschrijving van de vaste actief), aanschafwaarde, restwaarde na afschrijving. De rest wordt automatisch uitgerekend. LET OP: de regels t/m blijft de kopjes van de kolommen zien.

### V&W

De Verlies & Winst rekening wordt automatisch gevuld. U dient alleen de naam van de organisatie en het bedrag volgens de begroting in te vullen.

### Doel- en basissubsidie

De provincie vraagt een uitsplitsing van het door haar gesubsidieerde bedrag naar doel en basissubsidie. De provincie heeft mogelijk daar een standaard opzet of format voor te maken maar dient niet vergeten te worden.

Deze spreadsheet bestaat uit verschillende bladen waar gegevens over kosten, opbrengsten en materiële Vaste Activa ingevuld kunnen worden. Deze pagina's zijn niet allemaal hier weergegeven.

## Begroting [jaartal]

[naam organisatie]

Inkomsten			
Opbrengsten subsidie sponsoring	€	1,00	
Contributies	€	2,00	
Opbrengsten dienstverlening	€	3,00	
Opbrengsten overig	€	5,00	
Bijzondere baten	€	10,00	
Opbrengsten verkoop producten	€	20,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	30,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	40,00	
<b>Totaal opbrengsten</b>	<b>€</b>	<b>111,00</b>	
Kosten			
Afschrijvingen	€	572,20	
Salariskosten incl.pensioenen	€	1,00	
Verzekeringen	€	2,00	
Overheadkosten	€	3,00	
Huisvestingskosten	€	4,00	
Communicatie	€	5,00	
Kosten boekhouding	€	6,00	
Opleiding	€	7,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	8,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	9,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	10,00	
[ZELF IN TE VULLEN]	€	11,00	
<b>Totaal opbrengsten</b>	<b>€</b>	<b>638,20</b>	
<b>Negatief resultaat</b>	<b>€</b>	<b>(527,20)</b>	

# Bijlage 7: Evaluaties deelnemers

## Evaluatie project Nieuwe Wegen

aantal respondenten: 11

Nr. Vraag	Totaal
<b>1 Wat vonden jullie van het tijdsbeslag van dit project?</b>	
a. Sessies waren te lang	
b. Sessie waren te kort	2
c. Voorbereidingstijd vergde teveel tijd	
d. Totale tijdsbesteding te lang	1
e. Tijdsbesteding was in goed in balans	9
<b>2 Welke onderdelen hadden een meerwaarde voor jullie?</b>	
a. SWOT	8
b. CANVAS	11
c. Communicatie & Social Media	10
d. Format werkplan	2
<b>3 Welk vervolg heeft het gebruiken van de SWOT gekregen?</b>	
a. Geen, en krijgt ook geen vervolg meer.	1
b. Nog geen maar dat gaat wel gebeuren	6
c. Opgenomen in het werkplan	
d. We maken of gaan gebruik maken van de SWOT methodiek	5
<b>4 Welk vervolg hebben de gemaakte Canvassen gekregen?</b>	
a. Geen, en krijgt ook geen vervolg meer.	
b. Nog geen maar dat gaat wel gebeuren	4
c. Opgenomen in het werkplan	4
d. We maken of gaan gebruik maken van de CANVAS methodiek	6
<b>5 De pitch</b>	
a. Deze hebben we nu uitgewerkt voor verschillende doelgroepen	5
b. Deze gaan we inzetten maar hebben we nog niet	5
c. Deze is voor onze organisatie niet relevant	
<b>6 Communicatie &amp; Social media</b>	
a. Inzicht in de werkwijze is beter geworden	10
b. Gebruik van social media is duidelijk geworden	9
c. Werkwijze en gebruik van MN-Li is duidelijk geworden	7
d. We hebben social media/MN-Li ingebed in de bedrijfsvoering	9
e. We gaan niks doen met social media	
f. We gaan niks doen met MN-Li	



<b>7</b>	<b>Met betrekking tot het format van het werkplan:</b>					
	a. Kan ik helemaal niets gebruiken	1				
	b. Kan ik delen inzetten voor mijn eigen werkplan opzet	5				
	c. Zou het een goed alternatief kunnen zijn voor het werkplan zoals ik het tot nu toe heb gemaakt	2				
	d. Het format is helder, duidelijk en eenvoudig toe te passen	2				
	e. Ik gebruik nu of in de toekomst (grotendeels) dit nieuwe format	1				
<b>8</b>	<b>Het aanbod dat vanuit het project is gemaakt:</b>					
	a. Doen we niets mee	1				
	b. Is niet van toepassing op onze organisatie of doelgroep	4				
	c. Hebben we geen behoefte aan	1				
	d. Maken we gebruik van	10				
<b>9</b>	<b>Hebben jullie zelf een onderwerp of idee dat we in een aanbod kunnen omzetten?</b>	6				
<b>10</b>	<b>Wat is de status van de resultaten van het project?</b>					
	a. Wij kunnen dit zelf een vervolg geven en uitvoeren	9				
	b. Wij hebben niet de capaciteit (mensen, middelen, tijd) om er een vervolg aan te geven					
	c. Voorlopig doen we hier niets mee					
	d. Wij zouden hulp willen hebben om het een vervolg te geven	4				
	In welke vorm zou je hulp willen krijgen:	0			aantal hulpvragers	
<b>11</b>	<b>Met betrekking tot de projectleiders:</b>		Onvoldoende	matig	voldoende	goed
	a. Kennis en kunde				2	8
	b. Voorbereiding				4	6
	c. Beantwoording van vragen				2	8
	d. Inspelen op de specifieke situatie van jullie organisatie				2	8
	e. Verstrekte informatie vooraf, documenten, hand out		1	4		5
<b>12</b>	<b>Welk punt (1 t/m 10) zou je geven voor het project?</b>	7,8				gemiddeld punt 11 respondenten
<b>13</b>	<b>Zou je onderwerpen, ideeën, aanbevelingen kunnen geven voor een vervolg.</b>	9				

### Conclusies en aanbevelingen

1	Misschien een korte evaluatie na een jaar: wat is er gebeurd met de resultaten van het project? Wat loopt en wat niet? Waar zitten de knelpunten?
2	

### Opmerkingen

1	Het was een verhelderende bijscholing die zal bijdragen aan onze kwaliteitsverbetering. Dankjewel en complimenten aan Heidi en Hans.
2	Het waren een aantal zeer verhelderende sessies waarvoor grote dank
3	Samenwerking tussen meer organisaties: waar gezamenlijk aan werken en uitwerken mbv CANVAS. Concretiseren en uitvoeren.
4	Vervolg social media voor afdelingen. SWOT verder uitdiepen.
5	We hebben met veel plezier deelgenomen. Houden ons dan ook zeker aanbevolen voor een mogelijk vervolg.
6	Smol profileert zich goed met deze trainingen.
7	Met meerdere organisaties samen informatie uitwisselen heel specifiek bv mogelijkheden voor diensten
8	Het was heel leerzaam om als bestuursleden ( deels samen met coordinatoren ) eens heel concreet te focussen op wat we nu willen en hoe we dat kunnen bereiken. In veel gevallen is daar in (bestuurs)vergaderingen te weinig tijd voor en zijn we veelal bezig met oplossen van allerlei praktische zaken.