

# IMPACTMANAGEMENT

onze strategische keuzes

STICHTING VILLA PINEDO - WE DOEN HET SAMEN

Versie 1.0, januari 2022

VILLA PINEDO 

# INHOUD

1. Missie, visie en kernwaarden
2. Context: stakeholderanalyse + SWOT + groeipad
3. Doelgroepen en marktmodel
4. Strategische keuzes: BHAG, successen, pijlers, resultaten, groeimodel
5. Doen: kernactiviteiten, organisatiemodel en (nieuwe) rollen, projecten
6. Meten
7. Leren en sturen
8. Rapporteren en communiceren
9. Jaarplan





# 1. MISSIE EN VISIE



# MISSIE

DIT DOEN WIJ

*Hey jij.*

Wij zijn jongeren met gescheiden ouders en delen onze eigen ervaringen. Wij zijn er voor jou. Wij denken met je mee en geven je tips. Wij steunen jou om met de scheiding van jouw ouders om te gaan. Je hoeft het niet alleen te doen!

Ook delen wij onze ervaringen met volwassenen. Zoals ouders, leerkrachten, hulpverleners en rechters. Wij willen dat zij beter begrijpen wat er in ons hoofd en hart omgaat. Zodat zij doen wat wij als kinderen en jongeren met gescheiden ouders écht nodig hebben.

→ WIJ ZIJN ER VOOR JE ALS JOUW OUDERS UIT ELKAAR GAAN OF ZIJN





# VISIE

DIT DROMEN WIJ

→ DAT ALLE KINDEREN EN JONGEREN MET GESCHEIDEN OUDERS GEWOON KIND KUNNEN ZIJN.

Dat zij zo min mogelijk last hebben van de scheiding. Gewoon zichzelf kunnen zijn. Dat er écht wordt geluisterd. Dat kinderen en jongeren met gescheiden ouders opgroeien in een fijne omgeving met ouders die - ook na de breuk - respectvol met elkaar omgaan. Dat er steun is van anderen in de omgeving. En vooral dat er liefde en aandacht is op momenten dat het (even) niet zo lekker gaat.

P.s. Wist je dat steeds meer kinderen en jongeren later zelf ook Buddy worden? Wie weet help jij over een tijdje ook mee om onze droom te realiseren.



# KERNWAARDEN

HIER STAAN WE VOOR

## Ervaringsdeskundigheid

Wij zetten onze eigen ervaringen in om kinderen en jongeren met gescheiden ouders te steunen en sterken.

## Kindperspectief

Wij kijken altijd door de ogen van kinderen.

## Eigenzinnig

Wij doen wat wél werkt en durven buiten het traditionele systeem te denken.

## Positiviteit

Wij creëren een omgeving waarin negatieve ervaringen worden omgezet in positiviteit.

## Verbinding

Wij doen het samen. Je hoeft het niet alleen te doen.

## Verwondering

Wij zijn nieuwsgierig, onbevangen en vragen het gewoon.





## 2. CONTEXT



# STAKEHOLDERANALYSE

= individuen of groepen die wij beïnvloeden of die invloed hebben op ons

1. Interne stakeholders
2. Externe stakeholders
3. Interface stakeholders



# STAKEHOLDERANALYSE

= individuen of groepen die wij beïnvloeden of die invloed hebben op ons

## Interne stakeholders

- Vrijwilligers
- Ambassadeurs
- Werknemers
- Werkgever
- Bestuursleden
- Jongerenraad (wens)



# Externe stakeholders

## Opvoedmilieu 1 - Gezin, zorg en recht

- Kinderen (0 - 23+ jaar)
- Kinderen met gescheiden ouders (0 - 23+ jaar)
- Nieuwe ouders
- Ouders met relatieproblemen
- Ouders die uit elkaar gaan
- Ouders die uit elkaar zijn
- Sociaal netwerk (familie, vrienden, de buurt)
- Huisartsen
- Praktijkondersteuners
- Jeugdgezondheidszorg
- Gemeentelijk: jeugd-, buurt-, sociaal of wijkteam
- Gemeentelijk: consulenten
- Maatschappelijk werkers
- Basis psychologen (GB-GGZ)
- Specialistische psychologen/psychiaters (S-GGZ); specifiek ook Kinderen uit de Knel
- Specialistische begeleiding thuis (ambulant)
- Specialistische begeleiding in een instelling
- Pleegzorg
- Jeugdzorg voor kinderen met een verst. beperking
- JeugdzorgPlus (gesloten)
- Jeugdbescherming
- Jeugdreclassering
- Veilig Thuis
- Kindbehartigers en andere steunfiguren
- (Gezins/familie)advocaten
- Mediators
- Rechters
- Politie





## Externe stakeholders

### Opvoedmilieu 2 - Opvang en onderwijs

- Kinderopvang
- Gastouders
- Tussenschoolse opvang
- Buitenschoolse opvang
- Leerkrachten PO/VO
- Docenten MBO/HBO/Universiteit
- Intern begeleiders PO
- Mentor VO/MBO/HBO/Universiteit
- Zorgcoördinatoren  
VO/MBO/HBO/Universiteit
- Schoolmaatschappelijk werkers
- Vertrouwenspersonen
- Lerarenopleidingen PO/VO
- Docentenopleidingen  
MBO/HBO/Universiteit



## Externe stakeholders

### Opvoedmilieu 3 - Vrije tijd

- Vrienden
- Oppas
- Jongerenwerker(s)
- Studie/studentenvereniging
- (Sport)verenigingen
- Bibliotheken
- Theaters
- Bioscopen
- Schrijvers
- Horeca
- Supermarkten



## Externe stakeholders

### Opvoedmilieu 4 - Virtueel

- Snapchat
- Instagram
- Whatsapp
- Youtube
- Facebook
- Clubhouse
- Netflix
- Disney
- TV
- Dumpert
- Videoland
- Prime
- Reels
- TikTok
- Gaming
- Twitch
- Chatroul
- Omegle
- Discort
- Fora

<https://www.nji.nl/system/files/2021-04/Online-Jongerenwerk-Werken-in-de-online-leefwereld-van-jongeren-Handvatten.pdf>



## Externe stakeholders

### Landelijke hulporganisatie voor jongeren (onze soortgenoten)

#### Steun (en even je verhaal kwijt)

- Kindertelefoon
- Join Us
- Jongerenhulp Online
- Alles oké? Supportlijn
- @Ease
- Luisterlijn
- TEJO Nederland
- Frisse gedachtes
- Kopstoring
- Kinderen- en jongerenrechtswinkel

#### Gezondheid

- Jouw GGD
- Sense
- Thuisarts.nl

#### Mentale gezondheid

- Mind
- Grip op je dip
- Pratenonline.nl
- 113 zelfmoordpreventie

#### Veiligheid

- Veilig Thuis
- Fier
- Centrum Seksueel Geweld
- Help Wanted
- Meldknop.nl

#### Ontevreden

- Stichting Advies en Klachten Bureau Jeugdzorg



# Externe stakeholders

## Fondsen

### Steunen ons momenteel

- We worden door diverse fondsen momenteel gesteund.

### Potentiële fondsen, zoals:

- Fonds21
- Cirrus Foundation
- Coen Teulings Stichting
- Dioraphte
- FNO
- Stichting Casterenshoeve
- Stichting Cura I
- Stichting Fairnell
- Stichting Mundo Crastino Meliori
- Stichting Tjallinga Weeshuis
- Triodos Foundation
- Stichting Steunfonds
- Stichting Kinderpostzegels

### Zorgverzekeraars

- Innovatiefonds zorgverzekeraars
- Individuele zorgverzekeraars
- ...

### Andere stichtingen, zoals:

- Het Vergeten Kind
- Kinderfonds MAMAS
- WarChild

<https://fondsenin nederland.nl/fondsen#>



## Externe stakeholders

### Gemeentelijke subsidies en opdrachten

#### Steunen ons momenteel

- Haaglanden
- Rotterdam
- Regio Hart van Brabant
- Nieuwegein
- Utrecht
- Eindhoven
- IJmond
- Den Bosch
- Regio Twente
- Hollands Kroon
- Parkstad

- Foar Fryske Bern
- Regio Zuid-Kennemerland
- Texel
- Regio Gelderland-Zuid
- Amsterdam

#### Potentiële gemeenten

- Alle andere Nederlandse gemeenten/regio's

#### Overige potentiële subsidiepartners

- ZonMw
- Maatschappelijke Diensttijd
- Erasmus+

#### Overige potentiële investeerders

- Business Angels Netwerk
- Informal Investors Club
- Zorgverzekeraars
- Bedrijfsleven (Mollie, PostNL, Eastpak)



## Interface stakeholders

- Ministerie van J&V
- Ministerie van OC&W
- Ministerie van VWS
  
- Jeugdwet
- Wmo2015
- Geweld hoort nergens thuis
- Scheiden zonder Schade
- Kansrijke start



# CONTEXTANALYSE

Wat speelt er intern?

## *Sterktes*

- Ervaringsdeskundigheid
- Kindperspectief
- De Villa Pinedo Methode
- Intrinsieke motivatie
- App en forum
- Imago
- Inhoudelijke kennis
- Sfeer
- Doen wat moet
- Werkhouding
- Financieel gezond

## *Zwaktes*

- Organisatiestructuur en -processen
- Geldwerving
- (Samen)werksafspraken
- Capaciteit (en diversiteit)
- Rollen en taakverdeling
- Website
- Cultuur: feedback en taakgerichtheid
- Beperkte (financiële) ruimte voor investeringen





# CONTEXTANALYSE

Wat speelt er extern?

## *Kansen*

- Nieuwe samenwerkingen in jeugdzorgwereld
- Hervormingsagenda Jeugd
- Nieuw kabinet
- Gemeenteraadsverkiezingen
- Vervolg Scheiden zonder Schade
- Focus op het gewone leven
- Andersdenkenden jeugd(zorg)
- Behoeften bij beroepskrachten om hun kennis en kunde te ontwikkelen
- Maatschappelijke diensttijd
- Business angels / informal investors

## *Bedreigingen*

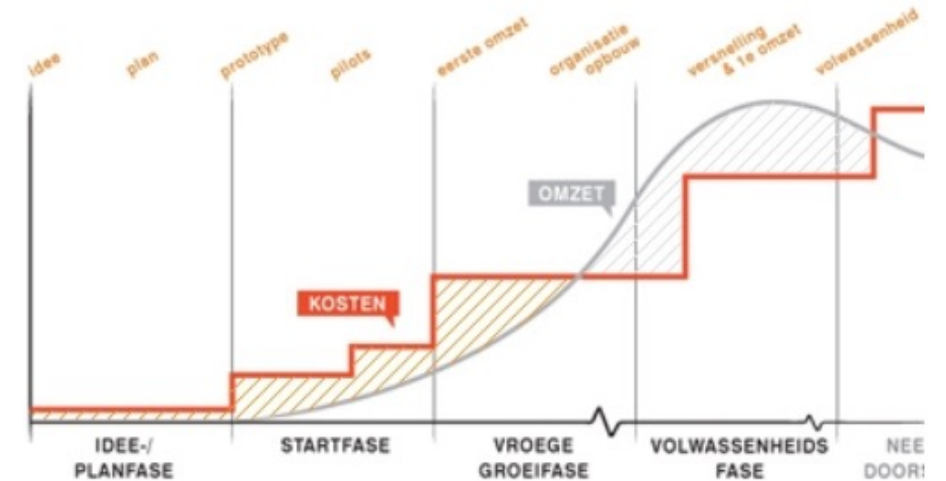
- Zichtbaarheid en (naams)bekendheid
- Gemeenten hebben financiële kopzorgen: bezuinigingen jeugdzorg
- Macht van jeugdzorgaanbieders
- Afhankelijkheid ICT-partners
- Verouderde website
- Bepaalde diversiteit in aanbod



# GROEIPAD

## Organisatiefase: (stabiele) groeifase

- VP bestaat sinds 2011 opgericht door Marsha Pinedo.
- In 2021 in groeifase: 12 medewerkers, 2 stagiaires, 400 actieve vrijwilligers, 650 kinderen actief in de app, 440 forumberichten, ruim 4.000 Insta-volgers en ruim 8.000 LinkedIn-volgers.
- In 2021 ruim € 905.000 aan inkomsten via fondsen (€ 625.000), gemeenten (€ 249.000) en eigen inkomsten (€ 31.000) .
- Professionaliseringslag nodig om groei bij te benen, gericht op: geldwerving, personeel, marketing en communicatie, netwerk.



# CONCLUSIES STAKEHOLDERS

- Uit de stakeholderanalyse blijkt dat er veel personen en organisaties zijn die invloed uit kunnen oefenen op Villa Pinedo of die beïnvloed kunnen worden door ons; genoeg potentie voor waardevolle samenwerkingen.
- Opvoedmilieus twee (opvang en onderwijs) en drie (vrije tijd) zijn nog erg kansrijk voor ons; zeker omdat kinderen en jongeren veel tijd in deze twee domeinen doorbrengen.
- Samenwerking, afstemming en kennisdeling met landelijke hulporganisaties is kansrijk.
- Nog veel potentie in bereiken van meer gemeenten.
- Andere interessante subsidieprogramma's zijn ZonMw, MDT en Erasmus+; waarmee contacten zijn gelegd. En de Europese subsidieprogramma's zijn nog onontgonnen terrein.
- Er zijn nog een aantal potentiële fondsen in Nederland.
- Kansrijk is ook 'de wereld van' business angels of (in)formal investors.
- De politieke context is relevant voor onze ontwikkeling; zoals de herziening van de Jeugdwet.
- Ook de mogelijkheden voor collectieve afspraken via bijvoorbeeld de VNG of VWS/OCW/V&J worden (deels opnieuw) verkend.



# CONCLUSIES CONTEXT

- Sterkte: impactgedreven, inhoudelijk, kindperspectief, uniek in aanpak, ervaringsdeskundigheid.
- Zwakte: professionalisering van de organisatie op het gebied van HR, ICT en organisatie.
- Kansen: verbreding jeugdbeleid, politieke agenda, maatschappelijke bewegingen; steeds meer ruimte en geluid voor andersdenkende organisaties als Villa Pinedo.
- Bedreigingen: financiële tekorten bij gemeenten, beperkte zichtbaarheid en bekendheid bij de brede groep kinderen en jongeren.



# CONCLUSIES GROEI

Voor wat betreft het groeipad is het realistisch om te concluderen dat we de komende drie jaar streven om een stabiele groeifase te realiseren met:

1. Een professioneel en meer divers team.
2. Gemiddeld € 1.500.000 aan inkomsten (waarvan 35% meerjarige inkomsten).
3. Goede organisatie en coördinatie van organisatieonderdelen, zoals financiën, HR, Communicatie & Marketing en ICT.
4. Waardevolle samenwerkingsrelaties.







# 3. DOELGROEP EN MARKT



# GEBRUIKERS

= de doelgroep: WIE GEBRUIKEN ONZE DIENSTEN EN PRODUCTEN?

Jongeren  
(18 - 27 jaar) met  
gescheiden ouders  
die hun ervaring  
willen inzetten  
voor anderen

kinderen en  
jongeren met  
gescheiden  
ouders die liefde  
en steun zoeken

ouders die uit  
elkaar (willen,  
gaan of zijn

alle  
beroepskrachten  
die een rol  
hebben in de  
kindvriendelijke  
scheidingsaanpak

En we hebben ook aandacht voor het persoonlijke netwerk van  
kinderen, jongeren en ouders.



# FINANCIERS

= de betalers: WIE BETALEN VOOR ONZE PRODUCTEN EN DIENSTEN?

fondsen

gemeenten,  
jeugdzorgregio's  
en rijksoverheid

Andere  
investeerdere  
(o.a. bedrijfsleven,  
zorgverzekeraars,  
business angels,  
informal  
investors)





# TEAM

= de mensen: WIE HEBBEN WE NODIG?





= ons marktmodel (oftewel het B2B2C-model; klantgericht)



# 4. STRATEGISCHE KEUZES



# GROOTS GEDURFD DAPPER DOEL

DIT HEBBEN WIJ OVER 10 JAAR BEREIKT

- Alle inwoners van Nederland weten dat Villa Pinedo bestaat en waar wij voor staan.
- Alle kinderen en jongeren met gescheiden ouders weten dat ze bij ons altijd welkom zijn voor een luisterend oor, om te praten over leven met gescheiden ouders, voor tips en adviezen, voor liefde en aandacht.



# SUCCESSSEN

ALS WE DIT OVER 3 JAAR BEREIKEN ZIJN WE SUCCESVOL

- 40% van de (naar schatting 86.000) kinderen en jongeren die te horen krijgen dat hun ouders uit elkaar gaan kennen ons en maken gebruik van (een van de) producten en diensten van Villa Pinedo.
- 120 ervaringsdeskundige, jongvolwassen vrijwilligers die hun persoonlijke en collectieve ervaringskennis actief delen met kinderen, jongeren, ouders en/of beroepskrachten.
- Er is een vraaggericht aanbod met producten en diensten passend bij de verschillende ontwikkelfasen van alle kinderen en jongeren én passend bij de verschillende fases van de scheiding.
- 100 gemeenten hebben kindvriendelijke scheidingsaanpak gericht op liefde, steun en (talent)ontwikkeling.
- Een netwerkorganisatie met minimaal 50 actoren (individuen, instellingen, organisaties) die (met ons) een relatie aangaan om ons Groots Gedurfd Dapper Doel te bereiken.
- Onze expertise wordt breed gedeeld, erkend én benut door stakeholders.
- Wij zijn een financieel stabiele maatschappelijke BV (mBV; € 1,5 miljoen aan inkomsten) en herinvesteren onze winst in het bereiken van ons maatschappelijke doel.



# PIJLERS

ONZE 6 INHOUDELIJKE FOCUSPUNTEN VOOR DE KOMENDE 3 JAAR

MEER  
ERVARINGS-  
DESKUNDIGE  
VRIJWILLIGERS

ZICHTBAAR  
EN BEKEND  
ZIJN

VOOR ALLE  
KINDEREN  
EN JONGEREN

EEN KIND-  
VRIENDELIJKE  
SCHEIDINGS-  
AANPAK

WE DOEN  
HET SAMEN  
(NETWERK)

KENNISEXPERT\*  
WORDEN

\*vanuit kindperspectief

... EN WE ZIJN FINANCIIEEL STABIEL!





# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## MEER ERVARINGSDESKUNDIGE VRIJWILLIGERS DIE ZICH ACTIEF INZETTEN

- De Villa Pinedo Academie is opgericht met een aanbod voor alle gebruikers (altijd vanuit kindperspectief en ervaringsdeskundige, en gericht steunen aandacht voor kinderen en jongeren).
- Ons team is daarop ingericht (capaciteit, ervaring, kennis, kunde, rollen).
- De basis voor goed vrijwilligersmanagement is gelegd (6B-beleid, procesoptimalisatie).
- 30 vrijwilligers zijn gestart met de ontwikkelfase 'ervaringsdeskundigheid'.
- Er is een jongerenraad die meedenkt, -praat, -doet en -beslist.
- Een festival voor Buddy's georganiseerd.



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## MEER ZICHTBAAR EN BEKEND BIJ GEBRUIKERS EN FINANCIERS

- We zijn een sterk merk (meting merkbekendheid, merkwaarde, gebruikerstevredenheid).
- Een strategisch communicatieplan (incl. social media) gericht op de gebruikers en financiers.
- De teamleden kennen hun taken en verantwoordelijkheden op het gebied van communicatie en social media en voeren die uit.
- 24 actieve jongerenambassadeurs die zich (fysiek en online) inzetten voor de stichting.
- Minimaal 2 nieuwe bekende ambassadeurs en 5 nieuwe bekende vrienden die hun ervaring en verhaal inzetten voor Villa Pinedo (BN-ers).
- Een nieuwe commercial (tv en radio).





# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

En die zichtbaarheid en bekendheid uit zich ook in de volgende marketingresultaten:

- 160.000 websitebezoekers
- Groeiratio Social Media: Instagram 20%, LinkedIn 50%, Facebook 5%.  
En mogelijk nieuwe kanalen (TikTok)
- 5.000 downloads van Open Brieven
- 200 nieuwe vrijwilligers
- 1.200 aanmeldingen van kinderen die met een Buddy willen chatten
- 1.000 nieuwe forumvragen
- Verkoop: 900 x 'Aan alle gescheiden ouders', 3.500 x 'Je hoeft 't niet alleen te doen', 500 x 'Vraag Maar! Kaarten'
- 1.000 ouders die een (online) training of deelsessie volgen
- 1.250 beroepskrachten die een (online) training doen of sessie volgen
- 2 nieuwe ambassadeurs en 5 vrienden van Villa Pinedo zijn zichtbaar (influencers)



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## EEN KINDVRIENDELIJKE SCHEIDINGSAANPAK ONTWIKKELD

1. Vervolg aan de brief 'aan alle politieke partijen van Nederland'.
2. Onze kindvriendelijk scheidingsaanpak (= werktitel) is geformuleerd (de VP-aanpak).
3. Een productenboek voor gemeenten inclusief sjabloon voor voorstellen en offertes.
4. Een beeld van de huidige situatie per Nederlandse gemeente of jeugdzorgregio op het gebied van scheiden (en jeugdzorg).
5. Een symposium/congres voor beroepskrachten en/of financiers.
6. Met 50% van de Nederlandse gemeenten (of 50% van de jeugdzorgregio's) is warm contact (minimaal een kennismakingsgesprek).



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## VOOR ALLE KINDEREN EN JONGEREN: VERBREDING PRODUCTENAANBOD

- Een nieuwe website die aansluit bij wensen en behoeften van kinderen en jongeren met gescheiden ouders.
- Onderzoek naar mogelijkheden van diversiteit; bredere doelgroep.
- Minimaal 1 nieuw product ontwikkeld voor kinderen < 10 jaar.
- Minimaal 1 nieuw product gericht op het bereiken van een meer diverse doelgroep (sekse, culturele, etnische, religieuze achtergrond; kinderen in armoede).
- Een VP-tas met informatie, (psycho-)educatie en producten voor kinderen/ouders/gezinnen.
- Doorontwikkeling van de app op basis van user experience.



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## WE DOEN HET SAMEN: INRICHTING VAN EEN NETWERKORGANISATIE

1. Onze stakeholders in beeld.
2. Relatiebeheer is ingericht.
3. We hebben een netwerkorganisatie ingericht met minimaal 10 (landelijke) actoren die met ons de kindvriendelijke scheidingsaanpak willen implementeren.
4. We delen actief kennis en kunde met stakeholders, gebruikers, financiers, de samenleving.



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

## KENNISEXPERT WORDEN

1. De basis voor goed impactmanagement is gelegd: er is een meetplan.
2. Tools (1 x kwantitatief, 1 x kwalitatief) voor dataverzameling ingericht.
3. Op basis van het meetplan is een dashboard ontwikkeld.
4. We hebben in ieder geval 2 rapporten gedeeld met ons netwerk.
5. We zijn een lerende organisatie (ontwikkeling tot high performing team).



# RESULTATEN

HIER GAAN WE VOOR IN 2022

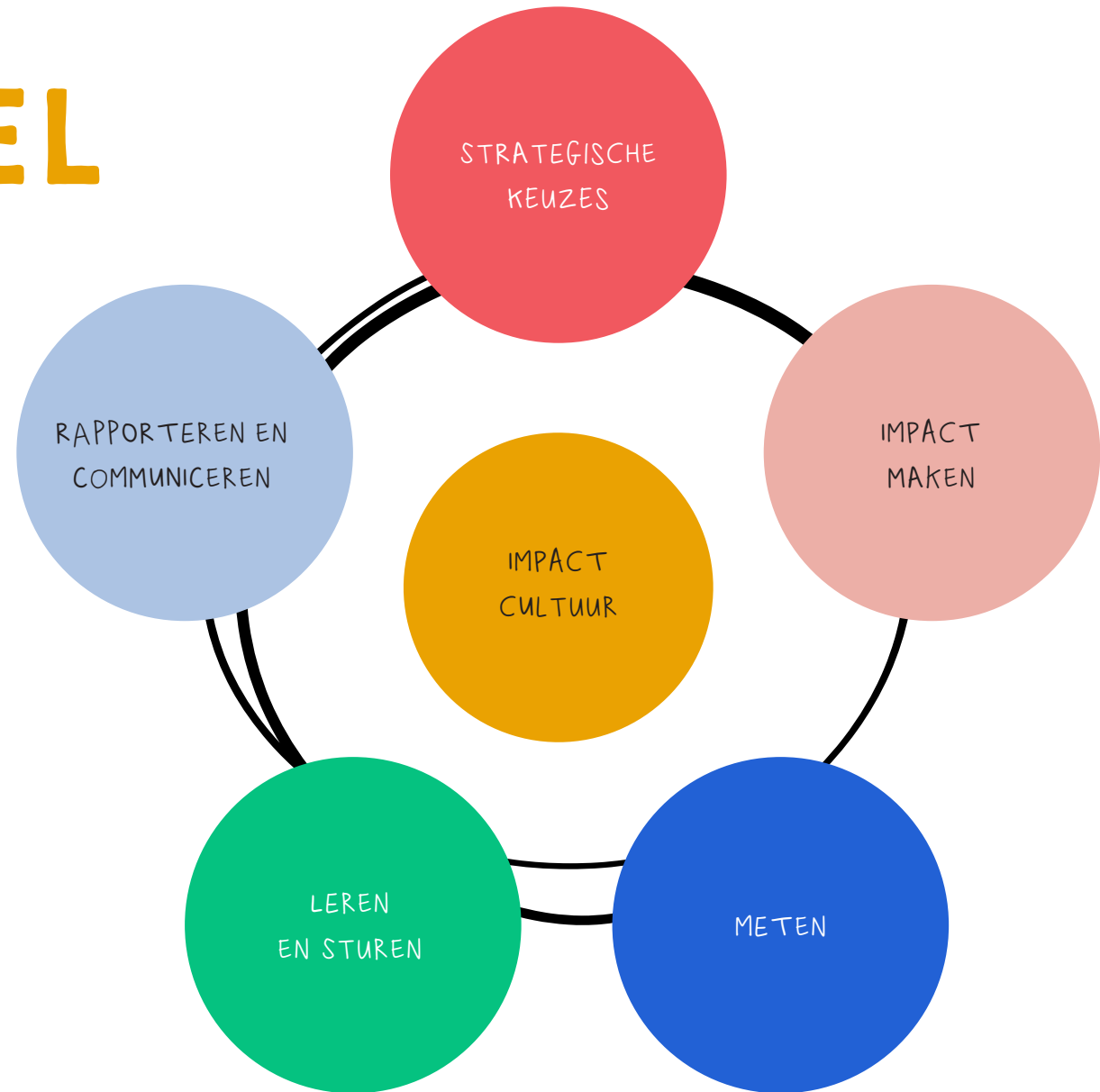
## FINANCIIEEL STABIEL WORDEN

- Streven is € 1.100.000 in totaal aan inkomsten. Dit betekent dat we in 2022 nog de volgende inkomsten moeten realiseren:
  - € 185.000 via opdrachten/subsidies gemeenten
  - € 175.000 via fondsen
  - € 100.000 via bedrijfsinvesteringen
  - € 60.000 via (losse) verkoop producten en diensten
- Er is een financieel meerjarenplan 2023 – 2025 gericht op stabiele inkomsten van € 1.500.000 per jaar.



# GROEIMODEL

5 KERNPROCESSEN OM ONZE  
IMPACT TE MAXIMALISEREN



A background image showing several water droplets on a blue surface, creating ripples. The droplets are in various stages of impact, with some showing a crown-like shape. The overall color palette is shades of blue and white, with a red curved shape at the bottom.

# 5. IMPACT MAKEN





# KERNACTIVITEITEN

ZO MAKEN WIJ IMPACT!

- Wij LEREN (jong)volwassenen (18 - 26) met gescheiden ouders hoe zij hun ervaringen betekenisvol kunnen inzetten voor anderen (focus op herstel, ervaringsdeskundigheid en persoonlijke (talent)ontwikkeling).
- Wij STEUNEN EN STERKEN alle kinderen en jongeren met gescheiden ouders door producten en diensten die aansluiten bij hún leefwereld (generatie Z en Alpha).
- Wij (STIMU)LEREN ouders die uit elkaar willen, gaan of zijn HOE zij dit kindvriendelijk doen.
- Wij (STIMU)LEREN beroepskrachten (zorg+welzijn+recht) HOE zij kinderen, jongeren en ouders in een scheidings situatie kunnen steunen en sterken.



# KERNACTIVITEITEN

ZO MAKEN WIJ IMPACT!

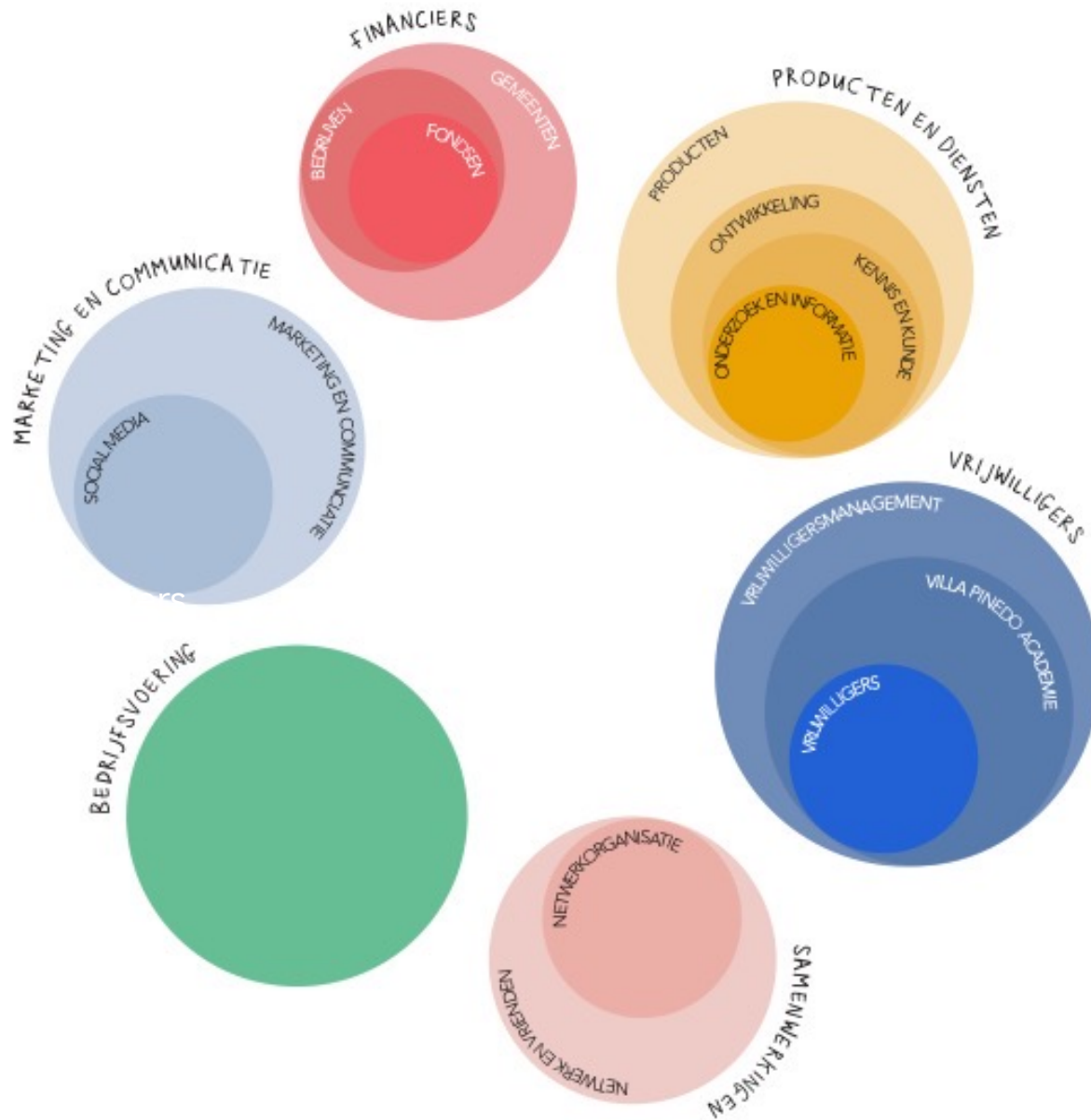
- Wij MOBILISEREN EN VERBINDEN individuen, instellingen en organisaties die onderdeel (moeten) zijn van de positieve, kindvriendelijk scheidingsaanpak op lokaal, regionaal en landelijk niveau.
- Wij ADVISEREN EN ONDERSTEUNEN gemeenten bij de realisatie van een positieve, kindvriendelijke scheidingsaanpak (model, lokale netwerkorganisatie).
- Wij ONDERZOEKEN EN DELEN KENNIS voor bewustwording, ter inspiratie, ter verantwoording met stakeholders, gebruikers, financiers en bestuur.



# ORGANISATIE- MODEL

De organisatie bestaat uit zes cirkels. Dit zijn een soort teams met een eigen doel, strategie, rollen en verantwoordelijkheden.

Impactgedreven.





# ROLLEN

## ONDERZOEK EN INFORMATIE

- Trendspotter
- Ontwerper
- Data-verzamelaar
- Data-analist
- Kennismaker

## KENNIS EN KUNDE

- Kennismakelaar
- Adviseur / consultant
- Trainer
- Co-trainer
- Coach
- Regelaar ervaringsdeskundigen
- Organisator

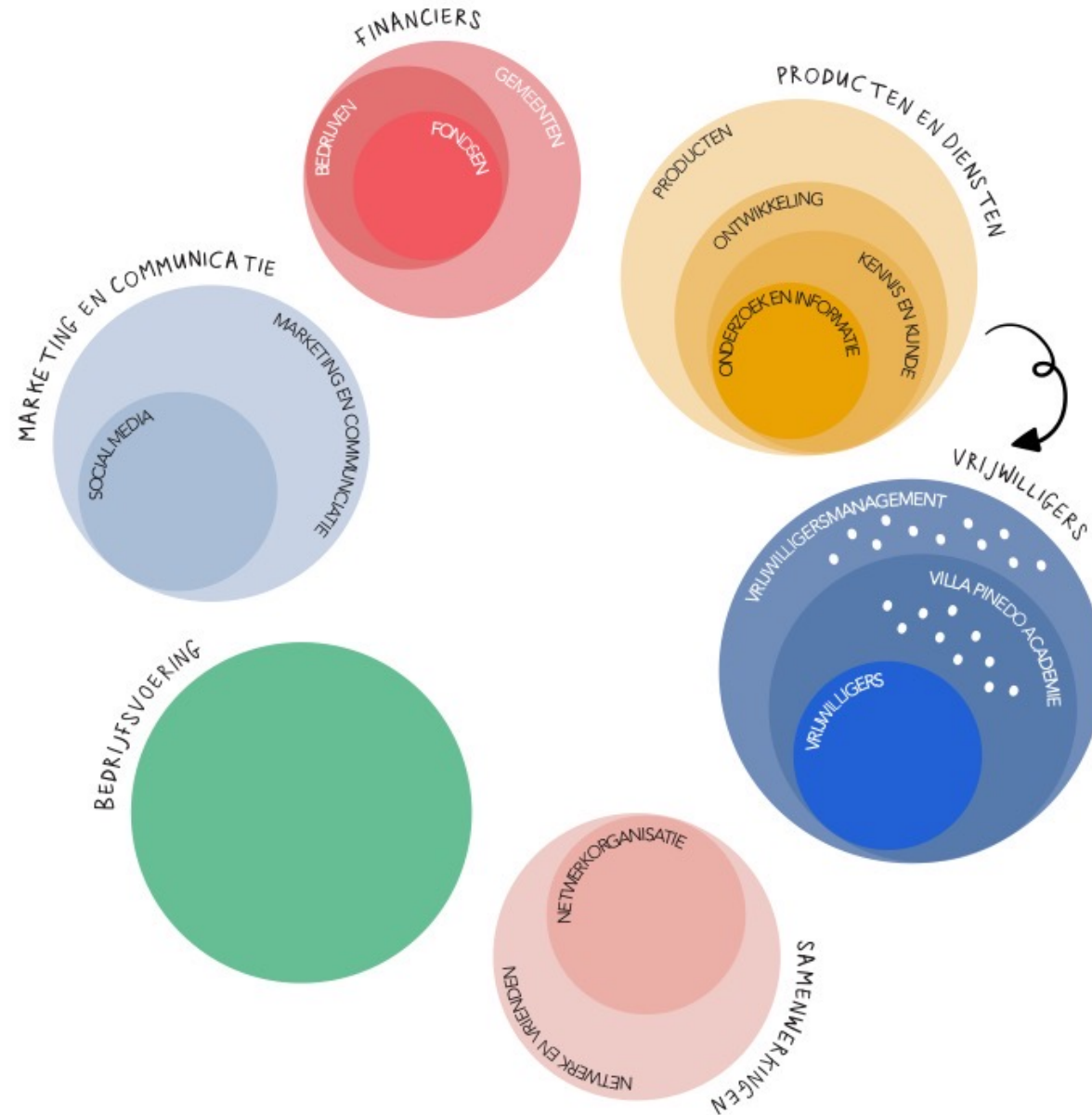
## INNOVATIE

- Productontwikkelaar
- Productverbeteraar
- Checker producten en diensten

## PRODUCTEN

- Producteigenaar website
- Producteigenaar forum
- Producteigenaar app
- Producteigenaar webshop (inclusief producten)
- Producteigenaar (online) trainingen / sessies
- Producteigenaar F2F
- Producteigenaar nieuwsbrief

# ROLLEN



## VRIJWILLIGERS

Ambassadeur  
Buddy (Chat / Forum)  
Spreker  
Selectieteamlid

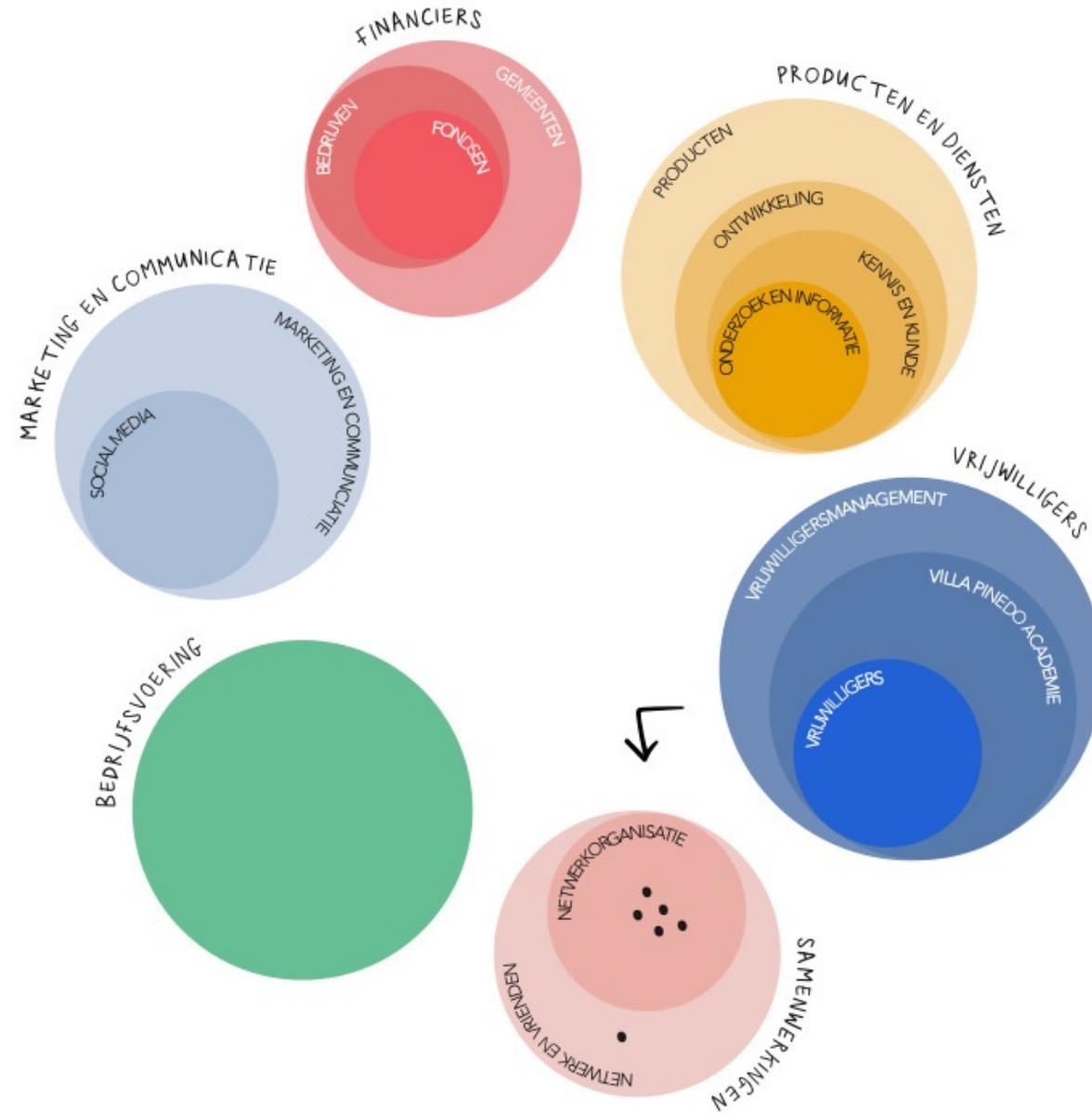
## VRIJWILLIGERSMANAGEMENT

Bezinner  
Binnenhaler  
Begeleider  
Beloner  
Behouder  
Beëindiger  
Checker vrijwilligers  
Organisator  
Adviseur communicatie - vrijwilligers  
Aandachtsfunctionaris zorgen  
Stagiaire

## VILLA PINEDO ACADEMIE

Productontwikkelaar  
Productverbeteraar  
Train-de-trainer  
Trainer  
Co-trainer  
Inspirator  
Coach  
Organisator  
Producteigenaar trainingen  
Producteigenaar e-learning

# ROLLEN



## NETWERKORGANISATIE

Inspirator  
Verbinder  
Organisator  
Samenwerker – netwerk  
Checker netwerk

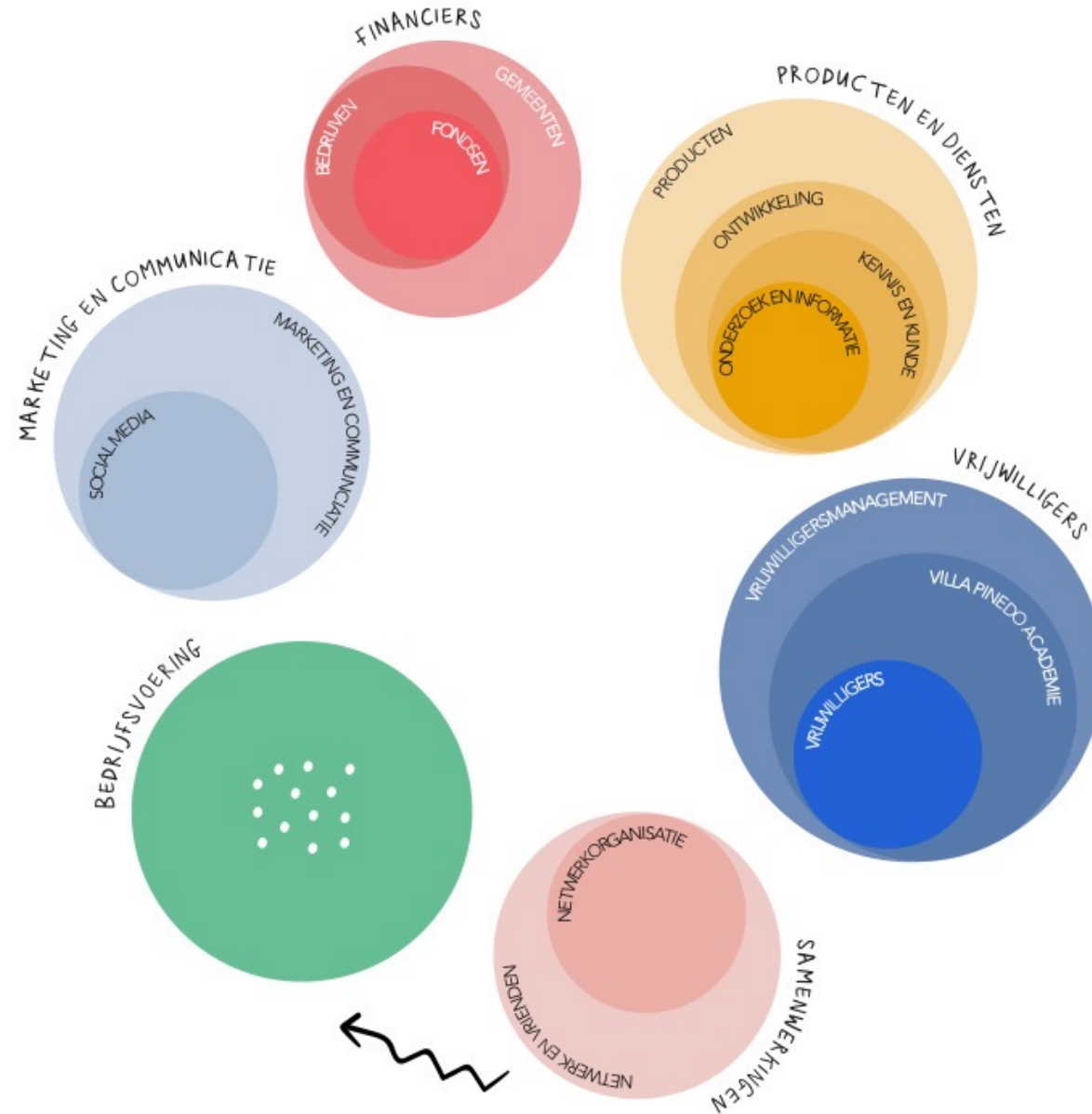
## NETWERK EN VRIENDEN

Relatiebeheer

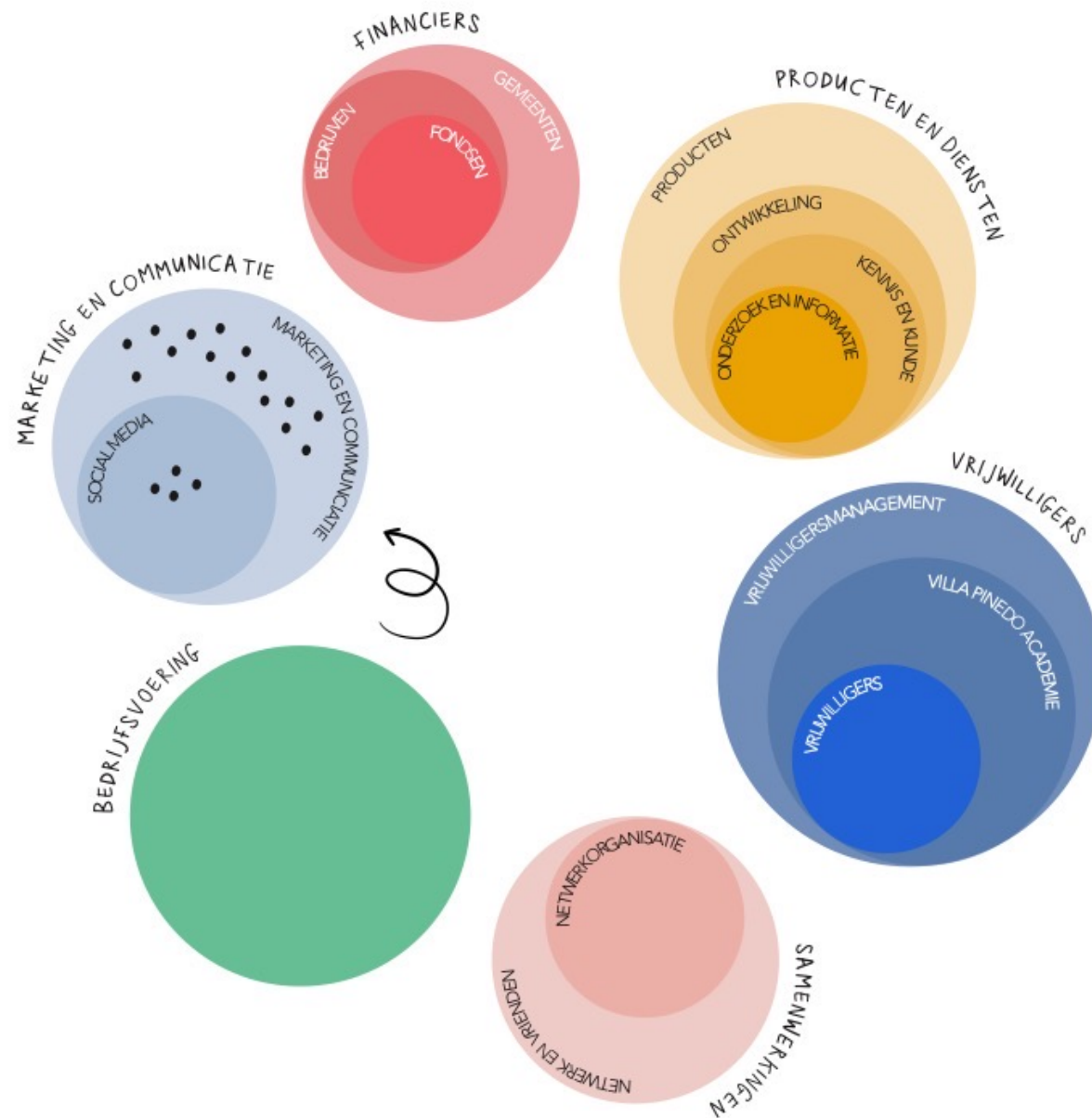
# ROLLEN

## BEDRIJFSVOERING

- Leider
- Adviseur beleid en organisatie
- Adviseur inkoop en financiën
- Adviseur automatiseren en digitaliseren
- Adviseur personeel
- Adviseur feest en aandacht
- Adviseur crisis
- Adviseur kwaliteit
- Adviseur kantoor en huisvesting
- Stagebegeleider
- Vertrouwenspersoon
- Stagiaire







# ROLLEN

## MARKETING EN COMMUNICATIE

Strateeg marketing en communicatie

Trendspotter

Data-analist

Dokter Google

Ontwikkelaar

Vormgever

Merkbewaker

Campagneleider

Evenementenorganisator

Adviseur communicatie – stakeholders

Adviseur communicatie - team Villa Pinedo

Adviseur ambassadeurs

Adviseur pers en media

Organisator

Checker marketing en communicatie

## SOCIAL MEDIA

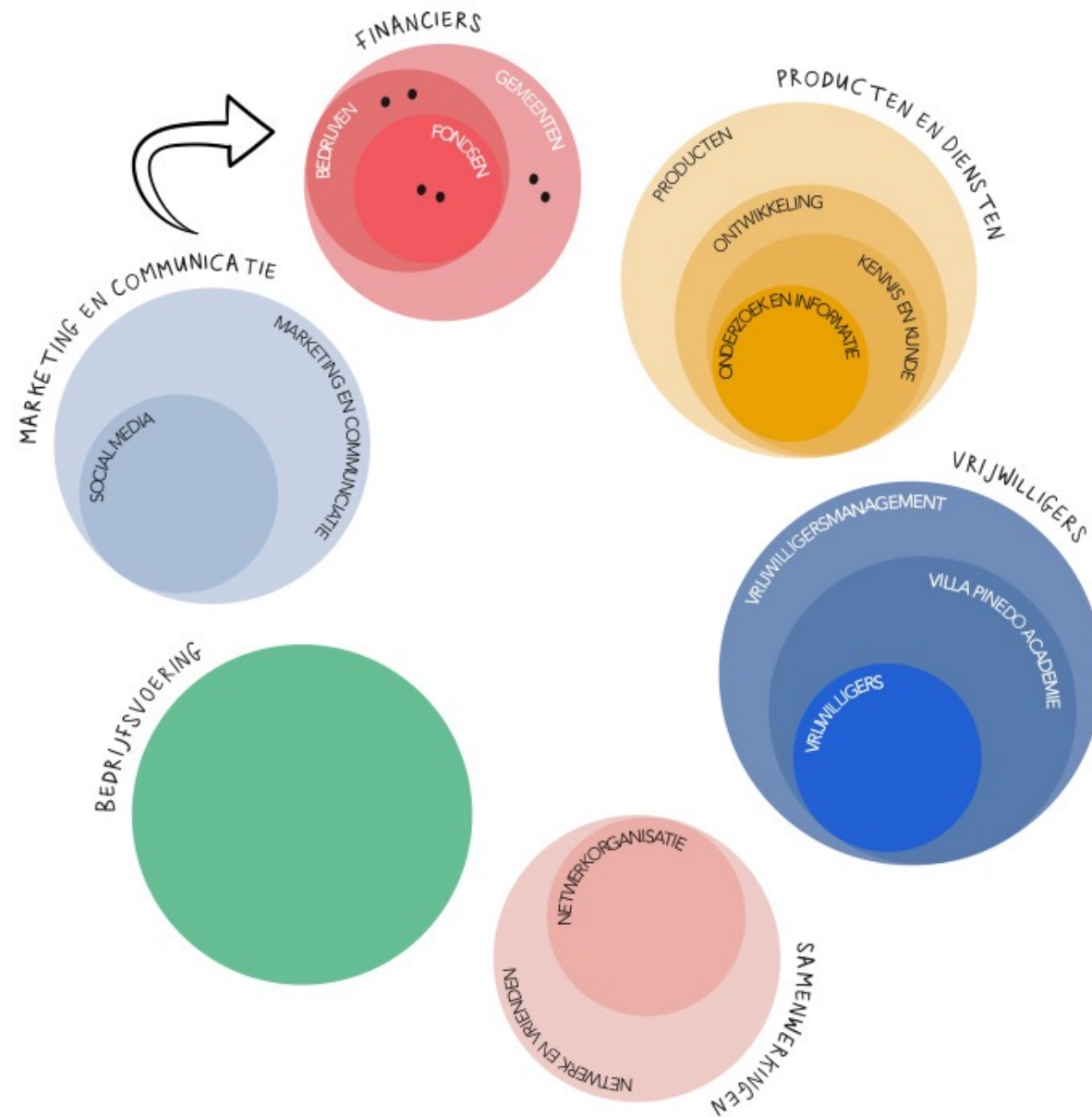
Social media specialist

Community bouwer

Social media ambassadeur

Contentmaker

# ROLLEN



## FONDSSEN

Geldwerver fondsen  
Relatiebeheer fondsen

## BEDRIJVEN

Geldwerver bedrijven  
Relatiebeheer bedrijven

## GEMEENTEN

Geldwerver gemeenten  
Relatiebeheer gemeenten

Checker financiërs

# PROJECTEN

ZO MAKEN WIJ IMPACT!

- Project 'Kindvriendelijke scheidingsaanpak'
- Project 'Villa Pinedo Academie'
- Project 'Netwerkorganisatie'
- Project 'Website'
- Project 'Financieel stabiel zijn'
- Project 'Ambassadeurschap'
- Project 'Buddyevenement' + 'Gebruikersevenement'





A group of people are sitting in a circle, with their hands in the center, suggesting a team or community meeting. The image is partially obscured by a white banner with the text '6. METEN'.

# 6. METEN



# METEN

ZO ONTDEKKEN WIJ WAT WEL WERKT

- Wij MONITOREN alle online communicatie tussen Buddies en Bobbies.
- Wij VERZAMELEN data door kwantitatief en kwalitatief onderzoek.
- Wij METEN de resultaten en effecten van onze kernactiviteiten (meetplan).
- Wij ONDERZOEKEN de leefwereld van kinderen en jongeren met gescheiden ouders.

Notabene: eerste halfjaar van 2022 wordt een meetplan ontwikkeld, zodat explicieter wordt wat en hoe we gaan meten.





A close-up photograph of a DJ's hands operating a mixer. The scene is lit with vibrant purple and blue light. The DJ's hands are positioned over various controls, including faders and buttons that are illuminated with a bright green glow. A white rectangular banner is overlaid across the center of the image, containing the text '7. LEREN EN STUREN' in a bold, yellow, sans-serif font. At the bottom of the image, there is a solid yellow curved bar. In the bottom right corner of this yellow bar, there is a small, black, hand-drawn icon of a house with a chimney.

# 7. LEREN EN STUREN



# LEREN EN STUREN

ZO GROEIEN WIJ ALS TEAM EN ORGANISATIE

- Wij VERBETEREN onze teamsamenwerking (volgens piramide van Lencioni).
- Wij WAARDEREN (bepalen) samen wat en wie van waarde is in het licht van onze missie en visie.
- Wij EVALUEREN (blikken terug) samen welke resultaten zijn behaald en hoe.
- Op basis daarvan LEREN wij samen wat dit betekent voor het vervolg.
- En STUREN wij bij waar nodig (strategie en beleid).





A young child with curly hair is holding a white megaphone with a red rim. The child is looking off to the side with a slight smile. The background is a bright, sunny outdoor setting with green grass and trees. A white banner with red text is overlaid on the image.

## 8. RAPPORTEREN EN COMMUNICEREN





# RAPPORTEREN EN COMMUNICEREN

ZO DELEN WIJ ONZE KENNIS EN KUNDE

- Wij VERANTWOORDEN naar bestuur en financiers.
- Wij BEWIJZEN het effect van de Villa Pinedo Methode.
- Wij INSPIREREN en BEINVLOEDEN door rapporten/whitepapers/nieuwsbrieven/en dergelijke te delen met stakeholders, gebruikers, financiers en de samenleving.
- Wij LEREN door onze kennis en kunde te delen en te verrijken met onze netwerkpartners.





# 9. JAARPLAN



# JAARPLAN

AAN DE SLAG VANUIT MISSIE, VISIE EN SUCCESSEN

- A3-methodiek: meer sturing, minder papier.
- Weekstarts (KEEK) en maandelijkse voortgangsdialogen per cirkel (met checkers).
- Bila's met teamleden (eigen regie).
- Voortgangsdialoog en sturing tijdens bestuursvergaderingen (om de twee maanden).
- Successen vieren.

