

Werkplan Communicatie 2017

‘Van basis naar eisen huidige tijd’



Datum 14 november 2016
Auteurs M. Askamp, P. Schrauwen en B. Koenders
Versie 2.0 – Communicatieplan 2017

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Centrale ontwikkelingen 2016-2017	4
2.1 Programmacommissies	4
2.2 Invoering nieuw tarievenstelsel	5
2.3 Strategie 2017-2021	5
2.4 Overname Cursusbureau Meerwaarde	5
2.5 Fondsenwerving	6
3. Interne Communicatie	7
3.1 Nieuwsbrief Infomaat	7
3.2 Regiportal als Intranet	8
3.3 Huisstijl en beleid	9
4. Externe Communicatie	10
4.1 Website Maatvast	10
4.2 Promotie jongerencentra	10
4.3 Analyse inzet website en social media/online marketing	11
4.4 Media	11
4.5 Huisregels	12
4.6 Klanttevredenheidsonderzoek	12
4.7 (Sociaal) Jaarverslag	12

1. Inleiding

Via de uitvoering van de geplande acties vanuit het communicatieplan 2015 is vorig jaar reeds een start gemaakt met het maken van heldere afspraken en bepalen van richtlijnen op het gebied van de interne en externe communicatie.

Het komend jaar wordt verder gebouwd aan de versterking van de identiteit en het imago van Maatvast door op heldere wijze en transparant, zowel intern als extern, te communiceren over de richting die we als organisatie ingaan.

Voor het slagen in deze voornemens is het van essentieel belang dat de interne organisatie wordt meegenomen in de ontwikkelingen. In het jaar 2017 wordt daarom de nadruk gelegd op een verbetering van de interne communicatie, het delen en toegankelijk maken van die informatie die essentieel en richtingbepalend is voor onze bedrijfsvoering.

In het voorliggende plan wordt niet of nauwelijks ingegaan in de dagelijkse inspanningen die worden gepleegd om de Maatvast-organisatie, haar locaties en haar activiteiten voor het voetlicht te laten treden. Te denken valt hierbij aan de contacten met de lokale en regionale media en de externe communicatie via website berichten en inzet van social media. Maar ook aan de veelheid aan contacten/samenwerking met dorps- en wijkraden, maatschappelijke organisaties, stakeholders, gemeente etc. Bestaande externe communicatie-inzet wordt gecontinueerd en daar waar mogelijk verbeterd of geïntensiveerd.

Opbouw plan

De opbouw van het document is als volgt; gestart wordt met het benoemen van de belangrijkste doelstellingen en ontwikkelingen voor 2017 en de rol die communicatie hier in speelt of gaat spelen.

Daarnaast wordt ingegaan op achtereenvolgens de acties die worden ingezet ter verbetering van de interne en externe communicatie, gekoppeld aan resultaten en een kwartaalplanning.

Heden en toekomst

Zoals ook gesteld en geconstateerd in het voorgaande communicatieplan heeft de PR en communicatie van Maatvast een vliegende start gemaakt, in relatief korte tijd is reeds het nodige bereikt. In zijn algemeenheid valt daarbij bijvoorbeeld te denken aan de ontwikkeling van een herkenbare huisstijl in al onze middelen en een wezenlijke vergroting van de naamsbekendheid van Maatvast binnen Haarlemmermeer. Binnen de organisatie heeft het personeel de passie in haar werk teruggevonden met daarmee een positieve uitstraling naar buiten. De voorliggende periode wordt op deze weg voortborduurde. Een aantal ontwikkelingen zoals het nieuwe tarievenstelsel, de invoering van programmacommissies, de bepaling van onze strategie voor de komende jaren, de overname van het Cursusbureau Meerwaarde en de inspanningen die gepleegd worden op het gebied van fondsenwerving, maken het nog noodzakelijker om helder te communiceren met de buitenwacht en de boodschappen af te stemmen met de interne organisatie. Immers, het 1^e lijns contact vindt plaats op onze locaties, ruis in onze boodschap dient te allen tijde te worden voorkomen.

Het Communicatieplan 2017 helpt ons op korte termijn helderheid te verschaffen in prioriteiten, deze intern te delen om daarmee draagvlak en duidelijkheid te creëren en scheidt orde in de gerichte doelen en (effectieve) acties dit jaar per doelstelling. Van pionieren naar professionaliseren, een plan dat is aangepast aan de eisen van deze tijd.

2. Centrale ontwikkelingen 2016-2017

2.1 Programmacommissies

De centrale bijeenkomst op woensdag 13 juli jl. vormde het startsein voor de programmacommissies. Communicatie heeft in de aanloop naar deze bijeenkomst een rol gespeeld in de werving van leden. Helaas heeft dit (nog) niet geresulteerd in voldoende aanmeldingen voor met name de commissies Zuid en Nieuw-Vennep. Om die reden zal er nogmaals inzet worden gepleegd via persberichten, flyers en berichten op website/social media. Daarnaast wordt aan de beheerders en zittende leden gevraagd uit te kijken naar potentieel nieuwe leden in hun netwerk.

Daarnaast speelt communicatie een faciliterende rol richting de commissies zodat zij optimaal hun werkzaamheden kunnen uitvoeren. Naast de werving van leden kan hierbij worden gedacht aan het beschikbaar stellen van gevraagde informatie, maar ook het extern communiceren over de vorderingen van de commissies via bijvoorbeeld persaandacht en andere media.

Speciaal daartoe wordt ook op de Maatvast-website een speciale pagina vrijgemaakt voor publicaties, verslagen, oproepen vanuit de verschillende programmacommissies.

In 2017 gaan de programmacommissies aan de slag met het instellen van gebruikersplatforms per locatie. Ondanks het feit dat het hier een verantwoordelijkheid betreft van de commissies zelf, zal Maatvast daar waar nodig ondersteuning bieden en faciliteren op het gebied van communicatie en werving van de leden van de platforms.

Het spreekt voor zich dat de te verwachte adviezen vanuit de taken van de programmacommissies daar waar het bijvoorbeeld gaat om het vergroten en verbeteren van de onderlinge en eigen bekendheid van de accommodaties en het verbeteren van het imago van de accommodaties een inspanning zullen vergen van de afdeling Communicatie.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Werving leden programmacommissie	Inzet drukwerk/media, inzet netwerk	Iedere commissie heeft 8-12 leden	Q1	
Communicatie voortgang commissies/kennis delen	Pagina website Maatvast	De samenleving informeren over vorderingen programmacommissies / kennisdeling commissies onderling	Q1	Aanmaken pagina website Alexit
Afstemming programmacommissies	2 x per jaar afstemming tussen voorzitters en vicevoorzitters	Kennis delen, continuïteit en eenduidigheid in voortgang	Q1 en Q3	Plannen afspraak

2.2 Invoering nieuw tarievenstelsel

In afwachting van een reactie vanuit een informerende raadsessie eind september is ambtelijk en bestuurlijk consensus bereikt over de invoering van een nieuw tariefstelsel voor gebruikers binnen Maatvast.

Qua communicatie is aan de gebruikers een brief verspreid met achtergrondinformatie en zijn er daarnaast in oktober 2016 breed door de Haarlemmermeer informatiebijeenkomsten georganiseerd waarin een toelichting is gegeven over de achtergronden en uitwerking van het stelsel. Tijdens deze bijeenkomsten werd aan de gebruikers de gelegenheid gesteld om vragen te stellen.

Na deze periode wordt met iedere aparte gebruiker een overeenkomst gesloten, een moment waarop nogmaals uitleg wordt gegeven over de uitgangspunten van het stelsel.

In januari 2018 wordt de invoering van het tariefstelsel geëvalueerd. In het laatste kwartaal van 2017 zal daartoe een evaluatie worden opgesteld.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Evaluatie tariefstelsel	Opstellen evaluatie	Evaluatie en vervolg januari 2018	Q4	Betrokkenheid programmacommissies

2.3 Strategie 2017-2021

Eind 2016 is de strategie voor de vijf voor ons liggende jaren bepaald. Doelstellingen zijn vertaald naar de korte termijn 2017-2019 en de lange termijn 2020-2021.

Communicatie werkt ondersteunend naar het uitdragen van de doelstellingen richting samenleving en gemeente en het bereiken van de genoemde doelen en resultaten.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
1. Extern communiceren strategie Maatvast 2. Ondersteuning doelstellingen strategie	1. boodschap verspreiden via verschillende communicatiemiddelen 2. Uitwerking doelstellingen in gerichte communicatie-acties	1. Vergroten bekendheid doelstellingen 2. Imago-versterking	Doorlopend	1. Afstemming MT 2. Inzet media

2.4 Overname Cursusbureau Meerwaarde

In 2016 is overeenstemming bereikt met Stichting Meerwaarde over de overname van het Cursusbureau per 1 juli 2017. Vanuit de afspraken die zijn gemaakt in de driehoek Maatvast-Meerwaarde-gemeente staan voor 2017 een aantal communicatie-acties op de planning om de overdracht van het Cursusbureau soepel te laten verlopen en de kwaliteit van de cursussen en de relatie met de docenten en deelnemers te verbeteren.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Integratie Cursusbureau in huidige website	Opdracht Social Brothers	Laagdrempelige inschrijving cursussen	Q1	1. Inzet Social Brothers 2. Afstemming Alexit 3. Afstemming Meerwaarde 4. €3500,-
Publiciteit overdracht Cursusbureau (In- en extern)	Berichtgeving rondom overdracht intern en extern	Helderheid over verantwoordelijkheid Maatvast voor Cursusbureau per 1 juli 2017	Doorlopend	1. Inzet Infomaat 2. Inzet media
Instellen klankbordgroep docenten ter verbetering cursusaanbod	Overleg met docenten over klankbordgroep	Kwaliteitsverbetering cursusaanbod gericht op behoefte samenleving	Q1	Medewerking docenten
Inzicht in behoefte cursussen	Enquête onder deelnemers	Aansluiting vraag en aanbod cursussen	Q2	Deelnemerslijsten
Bekendheid met cursusaanbod Maatvast nieuw seizoen	Start promo nieuw cursusseizoen september-december '17.	1. Meer cursussen 2. Meer deelnemers 3. Naamsbekendheid Cursusbureau	Q2	Inzet media, website, social media

2.5 Fondsenwerving

De vakgebieden communicatie en fondsenwerving liggen dicht bij elkaar en vullen elkaar aan. Immers, als je goed en helder je visie en doelen als Maatvast communiceert maakt fondsenwerving een grotere kans van slagen.

Om die reden is het noodzakelijk om teksten op onze website aan te passen. Tot op heden werd, gezien de uitgangspunten tijdens de oprichting van Maatvast, in de communicatie op onze website de nadruk gelegd op het beheer en exploitatie van maatschappelijk vastgoed. Teneinde meer kans op steun vanuit de maatschappij te ontvangen, dan wel in financiën dan wel in andere vormen van ondersteuning, is het nodig om in de beschrijving van Maatvast meer in te gaan op de maatschappelijke rol die we spelen als een aanjager van maatschappelijke projecten en het creëren van meer maatschappelijke waarde/sociale cohesie etc.

Geheel naar waarheid zal een dergelijke communicatie zorgdragen voor een andere beeldvorming bij die partijen en fondsen die Maatvast nog niet goed kennen.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Boodschap website Maatvast aanpassen gericht op de missie en visie.	Aanpassing teksten website Maatvast	Versterken beeldvorming "model Maatvast"	Q2	Samenwerking fondsenwerving

Sub doelstelling: Vergroten kans van slagen fondsenwerving				
Website inrichten om donateurs te werven.	Nieuwe pagina voor donateurs	Mogelijkheid bieden voor donaties aan projecten	Q3	1. Inzet Alexit 2 Samenwerking fondsenwerving
Online nieuwsbrief	Per kwartaal verzending nieuwsbrief over sociaal maatschappelijke projecten	1. Vergroting inkomsten via fondsenwerving 2. Versterken imago Maatvast	Q3	Samenwerking fondsenwerving
Meer bereik projecten via social media	Inzet social media bij communiceren van projecten Aanmeldingen voor nieuwsbrief genereren	1. Vergroting inkomsten via fondsenwerving 2. Versterken imago Maatvast	Q3	Samenwerking fondsenwerving
Standaard presentatie fondsenwerving		Informereren donateurs, partners, serviceclubs etc. over projecten	Q3	Samenwerking fondsenwerving

Platform Nieuwe Pioniers

In het nieuwe jaar dient te worden (her-)afgewogen of de inzet van de beleidsmedewerker Fondsenwerving voor het crowdfundingplatform Nieuwe Pioniers van de gemeente Haarlemmermeer opweegt tegen het 'rendement'. In 2016 is besloten om als Maatvast als partner aan te haken enerzijds vanwege goodwill aspecten bij de gemeente, anderzijds om op deze wijze ondersteuning te bieden aan initiatieven vanuit inwoners van Haarlemmermeer. De praktijk wijst uit dat deze ondersteuning erg tijdrovend is.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Evaluatie Nieuwe Pioniers	Tijdsinzet medewerker Fondsenwerving afzetten tegen goodwill	Afhankelijk van evaluatie	Q2	Inbreng fondsenwerving Afstemming gemeente

3. Interne communicatie

3.1 Nieuwsbrief Infomaat

Doelstelling: het op eenvoudige wijze en in helder taalgebruik delen van informatie en kennis binnen de organisatie, deels in te zetten als extern informatiemiddel.

Een belangrijk nieuw intern en extern communicatiemiddel vormt de digitale Nieuwsbrief 'Infomaat' die in het najaar van 2016 voor het eerst wordt uitgebracht. Momenteel wordt gewerkt aan de vormgeving van de nieuwsbrief uiteraard volledig in de huisstijl van Maatvast.

Onderwerpen die aan bod (kunnen) komen zijn velerlei; de start van nieuwe projecten in het kader van fondsenwerving, nieuws vanuit het MT, verslagen van activiteiten, nieuws van het project Vitalimaat, etc.

Vanuit de redactie die qua leden nader dient te worden ingevuld, wordt ook de medewerkers gestimuleerd hun berichten voor de nieuwsbrief aan te bieden.

Gestart wordt de een frequentie van een maandelijkse uitgave van de Nieuwsbrief, mocht blijken dat deze frequentie dient te worden opgevoerd dan zal hier uiteraard gehoor aan worden gegeven.

De nieuwsbrief of delen van de nieuwsbrief kunnen daarbij uitstekend dienen als middel om externen op de hoogte te stellen van ontwikkelingen binnen Maatvast.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Intern delen van informatie en kennis	Enthousiasmeren van medewerkers aanleveren kopij	Breed gedragen intern nieuwsbulletin	Doorlopend	Betrokkenheid medewerkers
Vaste redactie	Werving leden	1. Continuïteit verschijning Infomaat 2. Betrokkenheid medewerkers	Q1	Inzet medewerkers

3.2 Regiportal als Intranet

Funcities:

- Het informeren van medewerkers over ontwikkelingen binnen de organisatie.
- Informeren van medewerkers over fondsenwerving en nieuwe projecten
- Ondersteuning primaire werkprocessen door het verschaffen van informatie in de vorm van procedures, handboeken, handleidingen etc.
- Het motiveren en binden van medewerkers. Aan de ene kant biedt het intranet ruimte aan personeel gebonden activiteiten, zoals de OR. Aan de andere kant biedt intranet mogelijkheden voor "leuke" dingen die niet aan het werk gerelateerd zijn, zoals een verjaardagskalender.
- Het delen, en daarmee vermeerderen van kennis door middel van algemeen inzichtelijk maken van notulen van overleggen en bijeenkomsten (mits de inhoud relevant is en openbaar kan worden gedeeld).

In samenwerking met AdSysCo is Regiweb aangepast en geschikt gemaakt als intern communicatiemiddel. Naast het plaatsen van de nieuwsbrief Infomaat, kunnen op het intranet de verslagen worden geplaatst van de verschillende overleggen (beheerders, coördinatoren, OR etc.).

Daarnaast biedt de portal ruimte voor het beschikbaar stellen van procedures en protocollen zodat hier eenvoudig naar kan worden teruggezocht.

Daarnaast is er ruimte voor een overzicht van verjaardagen, ziekten, een prikbord waarop medewerkers vraag en aanbod van spullen met elkaar kunnen afstemmen.

Naast de Intranet-functie is de portal uitermate geschikt voor het schrijven van tijd via de module Regitijd en het eenvoudig vastleggen van reserveringen door beheerders.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Nieuw intern communicatiemiddel Kennisdeling, Motiveren en binden	Bepalen van rubrieken Vullen met informatie	1. Regiportal als het intern communicatiemiddel 2. Terugdringen van e-mail	doorlopend	1. Ondersteuning AdSysCo 2. Betrokkenheid medewerkers

3.3 Huisstijl en beleid

Handboek met protocollen

In navolging van het media protocol wordt in het derde kwartaal van 2017 een handboek uitgebracht met protocollen hoe om te gaan met het gebruik van voicemail, gebruik van logo, maar bijvoorbeeld een verplichte toetsing vooraf voordat extern wordt gecommuniceerd.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Eenduidig gebruik huisstijl	Opstellen handboek protocollen	Eenduidig gebruik huisstijl	Q3	Discipline medewerkers

Emailgebruik en -beleid

De overvloed aan mails die een ieder dagelijks ontvangt in zijn of haar mailbox noopt tot het schrijven van beleid op dit punt. De middelen Nieuwsbrief en Intranet zullen zeker leiden tot een terugloop van e-mailberichten, maar daarnaast is het noodzakelijk om medewerkers te instrueren op het gericht en efficiënt gebruik van e-mail.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Efficiënter e-mailgebruik	E-mailbeleid	Bewust omgaan met e-mail als communicatiemiddel	Q2	

4. Externe communicatie

4.1 Website Maatvast

De website van Maatvast is toe aan een totale revisie. De opzet van de website was indertijd (2014) een logische, zo ook dat deze tekstueel nog erg is gestoeld op het beheer en exploitatie van accommodaties als kerntaak van Maatvast. Gezien de ontwikkelingen zoals het meer en meer initiëren van maatschappelijke initiatieven, de start van het Cursusbureau, de start van programmacommissies en de inzet van fondsenwerving is een nieuwe indeling/aanpassing van ondersteunende teksten en foto's noodzakelijk. Dit biedt tegelijkertijd de kans om de snelheid van de site (draaiende foto's werken vertragend en nodigen niet uit verder te kijken) en de overzichtelijkheid van de verschillende pagina's te vergroten. Daarbij dienen de foto's van de verschillende locaties te worden geactualiseerd (nieuwe uitstraling, verbouwingen etc.) en dient de uitstraling te worden aangepast (meer foto's van activiteiten met deelnemers).

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Website die aanhaakt bij actualiteit Maatvast	Revisie website	Overzichtelijke website met meerdere functionaliteiten	Doorlopend	1. Ontwerp Social Brothers 2. Vullen informatie 3. €8.800,-

4.2 Promotie jongerencentra

Tijdgebrek, het stellen van andere prioriteiten en gebrek aan kennis vormen onder meer de oorzaken waardoor de promotie van jongerencentra aanzienlijk dient te worden verbeterd. Met name het bijhouden van de eigen website met actuele informatie kreeg geen vervolg. Argumenten dat jongeren beter worden bereikt door social media en persoonlijk contact zijn niet relevant. Met name ook het oudere deel van de samenleving, de partners en de gemeente moeten kunnen volgen wat er in de JC's gebeurt (draagvlak). Daarbij ontbreekt, in zijn algemeenheid, een lijn met communicatie bedrijfsbureau om in ieder geval de activiteiten mee te nemen op de centrale website.

Teneinde de promotie op de websites te verbeteren is eind 2016 een workshop CMS gegeven. Het komend jaar zal blijvend aandacht worden gevraagd voor inzet op promotie via de overleggen sociaal beheerders en in persoonlijk contact.

Binnen de promotie van JC's speelt eveneens de ontevredenheid daar waar het gaat om de kwaliteit van diensten van de leverancier en ontwerper van drukwerk (Kings of Clubs). Het contract met deze leverancier zal in 2016 worden beëindigd. Het alternatief zal zijn dat medewerkers (of hun vrijwilligers) de vormgeving van flyers/posters zelf zal moeten oppakken. Een onderzoek naar de mogelijkheid een cursus Photoshop te volgen, bleek een te dure optie (met name vanwege dure softwareprogramma's. Het eenvoudige programma Canva is een goed alternatief. Het is een gebruikersvriendelijke tool waarmee via Facebook of het email-adres online posters, flyers, tijdschriften, kaarten, banners of presentaties kunnen worden gemaakt. Met de beheerders worden afspraken gemaakt over het gebruik van Maatvast huisstijl in de uitingen.

Daarnaast wordt hen intern, door communicatiemanager, een workshop tekstschrijven aangeboden.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Professionele en actuele promotie jongerencentra	Monitoren, stimuleren	Actuele website, social media	doorlopend	Inzet beheerders JC
Professionele en actuele promotie jongerencentra	Workshop tekstschrijven	Professionele uitingen website en social media	Q2	

4.3 Analyse inzet website en social media/online marketing

Met behulp van de inzet van twee stagiaires is de vindbaarheid van de website van Maatvast de afgelopen periode verhoogd. Daarnaast kan door middel van het bezoek aan de website, specifieke pagina's geanalyseerd aan welke informatie de bezoeker behoefte in en kan hierop worden ingespeeld.

In het komend jaar wordt de content, o.a. gericht op donateurs en fondsenwerving, op de website en social media zodanig ingericht dat Maatvast via de gratis mogelijkheden online beter gevonden wordt. In de praktijk betekent dit het aanmaken van een Google+ account en gaan werken met Google Analytics om het bezoek aan de website nader te analyseren.

Daarnaast wordt op de website een pagina aangemaakt om te linken aan samenwerkingspartners. Dit vergroot de geloofwaardigheid bij fondsenwervingsprojecten en zorgt voor een betere online vindbaarheid. Tevens worden op deze pagina de inmiddels verkregen keurmerken vermeld.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Betere vindbaarheid Maatvast online	Aanpassing content	Toenemend aantal online bezoekers	Q3	Inzet stagiaires

4.4 Media

Het contact met lokale en regionale media is door de inzet die hierop is gepleegd goed te noemen. Lokale en regionale kranten besteden wekelijks veel aandacht aan de aan hen toegezonden persberichten. Daarnaast krijgt Maatvast vanaf september 2016 wekelijks zendtijd en daarmee aandacht vanuit het lokale station Meerradio om in de uitzending verslag en aankondiging te doen van de activiteiten die de komende tijd op stapel staan.

Succesvol qua aandacht is de maandelijkse Maatvast-pagina in het HC-nieuws. Dit is onder meer terug te herleiden uit een toename van het bezoek aan de website en een toename aan vragen via telefonisch contact en e-mail kort na de verschijningsdatum (laatste donderdag van de maand).

Nog te vaak komt het voor dat medewerkers zelfstandig en zonder medeweten van het management persberichten de deur uitdoen. Niet altijd even hoog van kwaliteit en met spelfouten. Aangezien dit afbreuk doet aan het professionele imago van Maatvast wordt in het voorjaar van 2017 een protocol uitgebracht voor het schrijven van persberichten. Een van de onderdelen in dit protocol is de verplichte toets, vooraf, door de manager communicatie of in diens afwezigheid een van de andere leden van het bedrijfsbureau.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Professioneel en eenduidig contact media	Media protocol	Alle uitingen richting media zijn van tevoren gecheckt	Doorlopend	Discipline medewerkers

4.5 Huisregels

Op alle locaties, maar in het bijzonder de jongerencentra is behoefte aan een duidelijk overzicht van huisregels zodat bezoekers hierop kunnen worden gewezen in voorkomende gevallen.

In januari 2017 worden de huisregels beschikbaar gesteld.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Heldere, eenduidige huisregels locaties (splitsing met jongerencentra)	Opstellen 2 vormen van huisregels	Eenduidige huisregels zichtbaar op locatie in Maatvast-huisstijl	Q1	Vormgeving

4.6 Klanttevredenheidsonderzoek

Eind 2016 is door de stagiaires Marketing en Communicatie vanuit hun stageopdracht een beknopt klanttevredenheidsonderzoek opgesteld. In 2017 zal dit onderzoek (online en schriftelijk) verder worden verbeterd en uitgebreid. In samenspraak met de beleidsmedewerker Fondsenwerving worden de projecten die tot stand zijn gekomen dankzij een derde geldstroom geëvalueerd. De uitkomsten dienen tevens als verantwoording en terugkoppeling richting geldschieters (fondsen, donaties, subsidies). Via de Hogeschool van Amsterdam zijn studenten beschikbaar voor het uitvoeren van een dergelijk onderzoek. Voordeel hiervan is dat de vragenlijsten door externen, en dus met een frisse en onafhankelijke blik, worden opgeteld.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Zicht op de tevredenheid onze klanten	Klanttevredenheidsonderzoek (projecten)	1. Zicht op verbeterpunten/-acties. 2. Verantwoording gemeente/geldschieters	Q3, Q4	Inzet studenten HvA

4.7 (Sociaal) Jaarverslag

In 2017 staat het redactionele deel van het Jaarverslag van Maatvast in het teken van de clusters. De lezer maakt kennis met de vier verschillende clusters, de coördinatoren en medewerkers. Nieuw dit jaar is het Sociaal Jaarverslag dat wordt toegevoegd aan het Jaarverslag. In dit Sociaal Jaarverslag is aandacht voor de maatschappelijke projecten die door Maatvast zijn opgezet (al dan niet met behulp van fondsenwerving). In het sociaal jaarverslag worden verschillende projecten in beeld gebracht met een maatschappelijk thema met als voorbeeld Leren & Werken (stages, medewerkers met afstand tot de arbeidsmarkt), Mobiliteit, Innovatie (maatschappelijke projecten), Duurzaamheid (project Duurzaamheid gemeente in onze locaties), keurmerken etc.

Doelstelling	Actie	Resultaat	Planning Q1-Q4	Benodigd
Verantwoording via opstellen Sociaal Jaarverslag	Bepalen van de onderdelen van het Sociaal Jaarverslag	Verantwoording Bewustwording intern	Q2	Verzamelen informatie