

Een strategie voor werving van investeringen

Als werving van investeringen een wezenlijk onderdeel van de werkzaamheden van uw organisatie is of moet worden, is het cruciaal om een strategie te ontwikkelen.

Deze strategie gaat alleen werken als deze breed gedragen wordt en voldoende aansluit bij de mogelijkheden die uw organisatie heeft.

De vragen in dit formulier zijn bedoeld om binnen uw organisatie een discussie op gang te brengen over uw investeringsstrategie. En over de consequenties die de keuze voor een strategie met zich meebrengt.

U kunt deze vragen als leidraad gebruiken voor een groepsgesprek met bijvoorbeeld het bestuur, beroepskrachten, vrijwilligers en de achterban. De belangrijkste uitkomsten kunt u hier noteren. Daarmee heeft u de aanzet voor een strategienota.

1) Waar staan we nu?

Wat gaat al goed, welke successen hebben we al geboekt bij het werven van investeringen? Wat kan er verbeterd worden, wanneer en waarom zijn we er niet in geslaagd om investeringen te werven? Hoe is onze werving georganiseerd, wie werft investeringen, hoeveel tijd en inspanning stoppen we in werving?

2) Waar willen we naartoe en waarom willen we dat?

Wat is onze ambitie wat betreft werving van investeringen? Voor welke doelen willen we werven? Welke ethische en praktische vraagstukken spelen er rond werving? Wat voor soort investeringen hebben we nodig (geld, goederen, menskracht of diensten)? Zijn we ook bereid om onze diensten en producten te verkopen?



Kennis en advies voor
maatschappelijke ontwikkeling

mantelzorg

kwetsbare groepen

vrijwillige inzet

huiselijk en seksueel geweld

leefbaarheid

Het gebaande pad

Investerings werven via het gebaande pad betekent dat u doorgaat met wat al werkt. U investeert vooral in de relatie met uw belangrijkste partners. U zorgt dat zij er alle belang bij hebben om uw projecten te blijven steunen. Grootste voordeel van het gebaande pad is dat u doet waarin u goed bent. Nadeel is dat u wellicht kansen mist omdat u zich zo sterk richt op de partners waarmee u al ervaring heeft.

De parallelweg

Als u de parallelweg kiest, ontwikkelt u een aantal nieuwe manieren naast de bestaande. U benut het gebaande pad, maar kijkt ook naar de wegen die daarnaast lopen. Deze strategie is vooral van belang voor organisaties die traditioneel investeringen ontvangen van één of een paar partners. Voor deze organisaties is het van belang om de mogelijkheden van andere partners te onderzoeken, naast het onderhouden van relaties met de bestaande. Bij de parallelweg zoekt u naar die wegen die het best aansluiten bij wat u al doet. Het grote voordeel van de parallelweg is dat u zichzelf meer mogelijkheden voor werving van investeringen geeft en daardoor uw kwetsbaarheid ten opzichte van enkele partners vermindert. Nadelen kunnen zijn dat u de vaak schaarse middelen moet verdelen over meerdere wegen, dat het een tijdje kan duren voor u succes boekt en dat het gevaar bestaat dat u zich vooral richt op de parallelweg en de bestaande investeerders vergeet.

3) Wat kunnen we zelf doen?

Wat zijn onze (hulp)bronnen, wat hebben we in huis? Wat willen we zelf doen, en wat niet? Wie kan ons helpen?

4) Welke route willen we nemen?

Het gebaande pad, de parallelweg of de speurtocht: welke route is voor ons het meest realistisch en haalbaar? En waarom dan?

De speurtocht

De meest radicale route is de speurtocht. U gaat op zoek naar iets nieuws, een manier van investeringen werven die u niet gewend bent. U laat daarbij los wat u altijd al deed. Deze route is interessant voor organisaties die óf geen investeringen meer (zullen) krijgen van hun traditionele financiers óf vinden dat ze een nieuwe richting moeten inslaan. Een speurtocht is niet makkelijk en brengt risico's met zich mee; een goede voorbereiding is essentieel. Een speurtocht is een langer durende investering in menskracht en middelen. Een organisatie moet daar klaar voor zijn en het echt willen. Voordeel van de speurtocht is dat het u een kans biedt om radicaal te breken met het verleden en nieuwe mogelijkheden te ontdekken en ontwikkelen. Daardoor kunt u de organisatie nieuw elan en meer activiteiten bieden. Nadelen van de speurtocht zijn dat resultaten lang op zich kunnen laten wachten en dat een speurtocht naar investeringen ertoe kan leiden dat de hele organisatie overhoop gehaald wordt.

5) Wat heeft onze keuze voor praktische consequenties?

Hoe geven we onze investeringsstrategie vorm binnen onze organisatie: planning, logistiek, menskracht en hulpbronnen?

Planning (wanneer):

Logistiek/organisatie (hoe en waar):

Menskracht (wie):

Hulpbronnen (wat):

6 Welke stappen gaan we als eerste zetten?

Kunnen we snelle successen of goede praktijkvoorbeelden identificeren? Moeten we eerst investeren in b.v. vrijwilligersmanagement, werving en bestuurskracht voordat we effectief investeringen kunnen werven?

