

Onderzoeksdocument

Deelvraag - Hoe zien de processen binnen de stichting er uit?

Timo van de Laar

| | |
|-------------------------------------|----------|
| Hoofdvraag | 3 |
| Deelvraag | 3 |
| Hypothese | 3 |
| Onderzoeksdoelen | 3 |
| Methodes | 3 |
| Conclusie | 4 |
| Concrete problemen | 4 |
| Bijlage 1: Interview Stephan | 5 |
| Bijlage 2: Customer journey | 9 |

Hoofdvraag

Hoe kunnen we een middel maken dat Stichting Ik Wil en/of hun bezoekers helpt om duidelijkheid te creëren in termen van: activiteiten, etc....?

Deelvraag

Hoe zien de processen binnen de stichting er uit?

Hypothese

Door de opbouw van de organisatie (iedereen organiseert eigen evenementen uit eigen initiatief) is de kans dat er geen structuur of wijze is voor het organiseren. Het kan zijn dat de bezoekers het prima vindt hoe het nu gaat.

Onderzoeksdoelen

- Door het in kaart brengen van de processen van de stichting hier de problemen in vinden.
- Te weten komen wat het proces is met betrekking tot het aanmelden voor activiteiten.

Methodes

Interviews ~ Veld ~ Stephan, Deelnemers, ZZP-ers ~ Om inzichten te krijgen in hoe de processen werken.

Customer journey ~ Stepping stone ~ Omdat er uit voorgaande onderzoeken is gebleken dat er nog risico's waren bij de huidige customer journey.

Conclusie

Uit dit onderzoek zijn verschillende dingen gebleken. Een bezoeker komt bij **Stichting Ik Wil** met een van de volgende drie mogelijkheden; Ik wil iets, Ik heb een idee en ik heb hulp nodig. Dit wordt verwerkt tijdens het inloopuur, hier worden bezoekers gekoppeld aan een verbinder en daarna aan een activiteit. Het kan voorkomen dat een bezoeker interesse heeft in *meerdere activiteiten*. Het is voor de (nieuwe) bezoekers nu niet duidelijk welke activiteiten en mogelijkheden er zijn en hoe ze zich hiervoor kunnen aanmelden. De bezoekers weten wel dat ze bij de binders terecht kunnen om achter deze informatie te komen. Het risico hierbij is dat deelnemers niet weten welke andere activiteiten er zijn en hier dus ook niet aan deelnemen.

Concrete problemen

1. Aanmelden voor activiteiten is onduidelijk
2. Geen overzicht van activiteiten en mogelijkheden waardoor deelnemers niet optimaal mee kunnen doen.
3. Er kan een taalbarrière zijn tijdens activiteiten

Bijlage 1: Interview Stephan

Hoe zien de processen binnen de stichting er uit?

Informatie

Interviews is een Veldonderzoek.



Waarom

Door dit interview kunnen de verschillende processen in kaart gebracht worden.

Benodigdheden

stichting

Hoe

Door

Vragen

We beginnen boven aan de stichting. Hoe komt de informatie van de organisatie bij de deelnemer.

Hoe komt de informatie van de organisatie bij de zzp'ers

Kunnen wij samen een communicatie diagram opstellen?

Uitvoering

Hoe komt de informatie van de organisatie bij de deelnemer.

Reclame of facebook, website en stichting wij eindhoven zijn de kanalen om te communiceren met mensen van buiten af.

De bezoeker komt binnen bij de woonkamer dan kunnen er 3 dingen gebeuren:

1. Ik wil hulp
2. ik wil ergens aan meedoen
3. ik heb een idee

In de woonkamer zijn coördinatoren of verbinders aanwezig. bij deze mensen kunnen de bezoekers meer informatie krijgen over de mogelijkheden binnen de stichting.

Hoe vind een deelnemer meerdere activiteiten?

Puur door wat er opgepakt wordt binnen de stichting. Verder is er geen communicatie voor andere mogelijkheden of activiteiten.

Zijn mensen zich bewust van wat er nog meer mogelijk is binnen de stichting?

De kartrekkers en coördinatoren komen een keer per week bij elkaar hier wordt besproken waar de kartrekkers mee bezig zijn. Ieder jaar is er een grote openbare bijeenkomst waar alle activiteiten met de gehele stichting wordt besproken.

Deelnemers of bezoekers kunnen deze informatie alleen via mond op mond vinden bij coördinatoren. De kartrekkers zijn meer bezig met hun eigen activiteit.

Is er behoefte voor een overzicht van de verschillende mogelijkheden en activiteiten binnen de stichting?

Ja, het zou heel erg helpen. Het overzicht is kwijtgeraakt omdat de stichting heel snel groeit. Ook zijn er veel activiteiten die buiten het bestuur om georganiseerd worden. Stephan ziet het voor zich dat in de woonkamer een oplossing hangt waar een bezoeker zelf kan bekijken wat er allemaal mogelijk is en welke activiteiten er zijn. Maar deze informatie moet natuurlijk aan de AVG wetgeving voldoen.

Wat moet een bezoeker doen voordat ze mee kunnen doen aan een activiteit?

Dit verschilt per activiteit maar meestal is er een intake gesprek bijvoorbeeld bij de Taal les. Deze intake gesprekken hebben een vast moment in de week. De coördinator weet wanneer is en verwijst een bezoeker door.

Toevoeging Stephan: Alles vertrekt vanuit de huiskamer. Al de activiteiten worden gestart vanuit een coördinator. De informatie moet hapklaar en toegankelijk zijn. Helaas doordat er meerdere coördinatoren zijn, komt het vaker voor dat je 2 verschillende verhalen krijgt.

Waar zijn al de planningen, activiteiten en taken opgeschreven?

Deze informatie staat in de *dagmap* deze is echter wel outdated en onoverzichtelijk.

Hoe wordt er nog meer gecommuniceerd binnen de stichting?

Groepsapps: Dit is laagdrempelig en werkt goed. Alleen is er veel wildgroei. het overzicht is moeilijk bij te houden. Zo zijn er verschillende groeps apps voor de verschillende activiteiten maar ook voor de organisatie leden.

Kunnen wij samen een communicatie diagram opstellen?

Nee, dit is niet mogelijk iedereen communiceert met iedereen, Het is een grote cirkel
Wel zijn dit de verschillende groepen:

1. Bezoeker
2. Deelnemer
3. Ondersteuner
4. Kartrekker
Betaalde krachten ->
5. Coördinator
6. Verbinder

Wat betekenen de verschillende schalen in de bindingsladder?

Per niveau stijgt de betrokkenheid en verantwoordelijkheid.

Je komt binnen bij inloop, je bent bezoeker.

Bezoeker wilt meedoen, wordt deelnemer.

Bezoeker wilt mee helpen met lesgeven, wordt ondersteuner.

Bezoeker wilt lesgeven, wordt kartrekker.

nog meer -> Coördinator.

Daarna -> Verbinder.

Conclusie

Uit het interview met Stephan is gebleken dat er een heleboel informatie uitgewisseld wordt. Alleen valt op dat dit maar via een kanaal gaat, namelijk de coördinatoren. Nieuwe bezoekers krijgen de informatie van de verschillende coördinatoren. De verhalen zijn vaak verschillend. Ook geeft de coördinator alleen de informatie waar de hij of zij van denkt dat nuttig zal zijn voor de desbetreffende bezoeker.

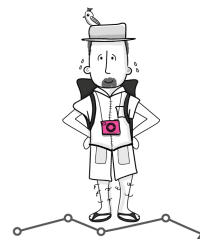
Stephan geeft aan dat er behoefte is naar meer duidelijkheid en overzichtelijkheid van de verschillende activiteiten, mogelijkheden en communicatiekanalen.

De actuele situatie is functioneel en motiveert bezoekers om te stijgen op de bindingsladder. Het is echter een rechte lijn. Een bezoeker komt voor een specifieke activiteit en voert deze uit. Verder wordt de bezoeker niet geïnformeerd over wat er nog meer mogelijk is binnen de stichting. Als een bezoeker toch informatie vergaard over de andere activiteiten dan is dit per toeval. De bezoeker hoort of ziet iets tijdens zijn aanwezigheid wat wijst op een andere interessante activiteit.

Een beter overzicht zorgt voor meer duidelijkheid. Deze duidelijkheid zorgt voor een verhaal dat bezoekers kan stimuleren om deel te nemen aan meerdere activiteiten binnen de stichting.

Bijlage 2: Customer journey

Hoe gaat een bezoeker naar een hogere trap op de bindingsladder.



Waarom

De deelvraag van dit onderzoek is “Hoe zien de processen binnen de stichting eruit?” uit het interview van Bijlage 2 is gebleken dat de wijze waarop bezoekers veranderen in deelnemers een van de belangrijkste processen is. een customer journey kan helpen bij het vinden van problemen binnen dit proces.

Benodigdheden

informatie over de manieren waarop dat iemand in aanraking kan komen met de stichting.

Hoe

De informatie uit het onderzoek in Bijlage 2 en Bijlage 3 kan gebruikt worden voor het opstellen van de customer journey. Vanuit een doel worden de verschillende stappen die een deelnemer doorloopt om dit doel te bereiken worden op een logische volgorde opgeschreven worden.

Uitvoering

Journey 1

Een persoon wilt naailes gaan volgen.

1. Oppikken van een moeder bij de basisschool van haar kinderen dat stichting ik wil naailes geeft.
2. Het gebouw van stichting ik wil bezoeken (persoon wordt bezoeker)
3. Gesprek houden met een coördinator en aangeven dat de bezoeker naailes wilt.
4. informatie ontvangen van de coördinator waar en wanneer de naailes is.
5. op dit tijdstip terug gaan naar het gebouw van de stichting en deelnemen aan de naailes. (bezoeker wordt deelnemer)

Journey 2

Een deelnemer volgt nu naailes. De deelnemer heeft ook interesse in nederlandse les.

1. De deelnemer hoort van een van de andere deelnemers aan de naailes dat er nederlandse les wordt gegeven bij de stichting.
2. De deelnemer vraagt wanneer de nederlandse les gegeven wordt aan de andere deelnemer.
3. De deelnemer krijgt te horen dat deze informatie te vinden is bij een coördinator en dat coördinatoren te vinden zijn in de huiskamer van het gebouw.
4. De deelnemer spreekt in de huiskamer een coördinator aan.
5. informatie ontvangen van de coördinator wanneer de nederlandse les is.

Het gevaar bij deze customer journey is dat het vinden van de nederlandse les toeval is. De journey start als de deelnemer in kwestie hoort dat er nederlandse les is. Dit is overgelaten aan toeval.

Conclusie

De customer journey is functioneel zoals die is. Maar er zijn nu grote risico's omdat bij journey 2 de eerste stap overgelaten wordt aan kans. Voor de deelnemers is nergens een overzicht te vinden van de verschillende activiteiten van de stichting. De coördinatoren bezitten wel over deze informatie. Deze informatie komt alleen terecht bij de deelnemers als een deelnemer specifiek vraagt naar andere activiteiten. De deelnemer wordt niet gestimuleerd om deze vraag te stellen. Dit kan ervoor zorgen dat de customer journey stopt en het doel niet bereikt wordt.