stappenplan **Hoger bereik**

4 Uitvoer van passend aanbod

4.1 Welke afspraken maak je met de aanbieder en de vindplaats?

Je legt samen met de aanbieder afspraken vast over het inschrijven, registreren en volgen van de deelnemers. Het formuleren van doelen helpt om je team te motiveren tijdens het uitrollen van de strategie.

4.2 Hoe kun je dit borgen in beide organisaties? (12, 21)

Je organiseert een workshop, evenement of presentatiemoment voor de kick-off van het aanbod. Hierin bepaal je aan de hand van een roadmap hoe je het project gaat borgen bij jouw bibliotheek en je partners.

4.3 Impact maken!

Aan de slag! Je spreekt de doelgroep aan en nodigt hen uit voor het aanbod. Zorg dat de doelgroep waar nodig aan de hand meegenomen wordt.

4.4 Welke inzichten neem je mee in het vervolg?

Maak de balans op. Naast het aantal nieuwe deelnemers, heb je wellicht ook een hoop toekomstige deelnemers in beeld gebracht of mogelijke partners enthousiast gemaakt. Bewust-wording is ook een deel van het bereik.

Gebruik de strategiekit om je aanbod te blijven evalueren en verbeteren, ook als het al loopt. Voor de uitdagingen die op je pad komen, kun je altijd teruggrijpen naar dit stappenplan!

Test je boodschap (18)

3.7 Hoe reageert de doelgroep op het resultaat?

Wanneer alles klaarligt doe je een toets van het aanbod, de belofte, de boodschap en communicatie met de doelgroep. Zijn bijvoorbeeld de communicatiekanalen goed gekozen?

3.6 Wat is de boodschap en hoe breng je deze over?

Bepaal wat goede momenten zijn om de belofte te communiceren. Doe dit samen met de vindplaats. Is de vindplaats klaar voor het communicatieplan en het gaan leveren van deelnemers?

3.5 Wat beloof je de doelgroep? (20)

Je formuleert de belofte die je aan de doelgroep doet: de waardepropositie. Wat is de onderscheidende factor of toegevoegde waarde die jij biedt aan de doelgroep?

3.4 Wat is er nodig om het aanbod te detailleren? (6)

Je maakt het aanbod concreet:
- tijd en locatie
- prijs en financiën
- frequentie en duur
- wie het gaat verzorgen
- deelnemerscapaciteit
- lesmaterialen
- registratiesystemen
- niveaus en diploma's
- leerlijn en vervolg
- beeldmateriaal van de les

Al verder in het proces? Je kunt ook hier beginnen.

Test je aanbod (6)

3 Passend aanbod ontwikkelen

Heb je al een doelgroep en vindplaats? Begin dan hier.

Test iedere essentiële verandering in het aanbod met de doelgroep en/of vindplaats. (6)

3.1 Hoe toets je je aannames? (18)

Je maakt een plan voor het ontwikkelen van je aanbod. Je maakt je idee concreter door aannames te testen. Klopt wat jullie hebben bedacht met de behoeften en verwachtingen van de doelgroep?

3.2 Wie kan de doelgroep aanspreken? (19)

Je onderzoekt wie vanuit de vindplaats wanneer in contact komt met de doelgroep. Je zet de persona's in om een of meerdere momenten te kiezen. Denk ook aan ervaringsdeskundigen of taalambassadeurs.

3.3 Wat zijn de behoeften van de doelgroep?

Je evalueert mogelijk aanbod en stemt het iteratief af op de behoeften en motivaties van de NT1 doelgroep. Je verzamelt steeds meer kennis en ervaring om het aanbod te laten draaien.

Is een van deze onderdelen 0? Dan is de totale impact ook 0.

IMPACT VINDPLAATS = # laaggeletterden x potentieel haalbare groep x contactmomenten met de NT1 doelgroep x effect op de vindplaats.

Bepaal wanneer het project succesvol is. (17)

2.4 Hoe organiseer je de workshop (her)kennen bij jouw vindplaats? (12, 13, 14, 15, 16)

Je organiseert een workshop met de aanbieder(s) en vindplaats: leer de doelgroep, hun context, behoeften en motivaties kennen. Samen met hen bepaal je wat zij op korte termijn kunnen aanpassen in hun dienstverlening.

2.3 Welke partner haakt aan?

Je inventariseert het huidige aanbod voor de NT1 doelgroep, binnen jouw eigen bibliotheek en daarbuiten. Je zet je ideeën voor nieuw aanbod op papier en bepaalt welke aanbieders je daarbij wilt aanhaken.

2.2 Wie zitten er in het kernteam van de vindplaats? (11)

Je creëert bewustzijn bij de vindplaats door de impact concreet te maken. Je onderzoekt exploratief het type klanten en de kans om hen te vinden. Stel een kernteam samen bij de vindplaats.

2.1 Hoe verleid je een vindplaats? (9, 10)

Je zoekt een samenwerking met een vindplaats waar de NT1 doelgroep komt en formuleert een openingszin. Samen met de vindplaats maak je een overzicht van ideeën voor passend aanbod en de bijbehorende investering.

2 Vindplaats aanhaken

Start hier een nieuw project.

1 Waar staan we?

1.1 Wie is de NT1 doelgroep? (1)

Je verdiept je in de NT1 doelgroep aan de hand van 5 verschillende persona's. Je stapt in de schoenen van de doelgroep aan de hand van de situatie van jouw eigen bibliotheek.

1.2 Waar staat jouw bibliotheek? (2, 3, 4, 5)

Je stelt een team samen met passie, vertrouwen, creativiteit en bereidheid om een stap verder te gaan. Zorg voor ruimte en middelen voor het ontwikkelen van nieuwe ideeën. Je bepaalt samen je positie als bibliotheek.

1.3 Welk aanbod is er en wie kan er partner worden? (7)

Je brengt het aanbod in kaart. Zet het aanbod dat je hebt, kunt of wilt bieden op een rijtje. Je zoekt samen-werking met een of meerdere aanbieders om aanbod te kunnen leveren.

1.4 In welke vindplaats zit energie? (8)

Je zoekt samenwerking met een vindplaats waar de doelgroep komt. Start met een vindplaats waar energie in zit en je goed mee samenwerkt. Maak duidelijk waarom de bibliotheek de juiste partner is.

Test je eerste ideeën (6)

LEGENDA
- SAMEN MET JE COLLEGA'S
- SAMEN MET DE AANBIEDER
- SAMEN MET DE VINDPLAATS
- SAMEN MET DE DOELGROEP
- WERKBLADEN

de Bibliotheek en basisvaardigheden