



Impact Ondernemen

Impact Driven Business Modeling



IMPACT
START-UP
CLUB

PROBLEEM? IMPACT!

MAATSCHAPPELIJK PROBLEEM

Welk probleem wil je oplossen? Welke mogelijkheid zie je om de maatschappij te verbeteren?

Voor wie is dit een probleem? Wie of wat heeft last van het probleem?

Hoe merk je dat dit een probleem is? (studies, data, verhalen)

Jouw

Oplossing

Wat is jouw ambitie om dit probleem op te lossen?



Welke impact wil je zien op korte termijn, middellange termijn en lange termijn?

IMPACT



Hoe ga je die gewenste impact kunnen zien of voelen?

INDICATIE

PROBLEEM	INTERVENTIE	EFFECTEN KT	EFFECTEN MLT	EFFECTEN LT
3. Wat als je niets doet? 2. Wat is het maatschappelijke probleem? (symptomen) 1. Wat zijn de wortels van het probleem?	Welke acties en activiteiten zet je op om je maatschappelijke doelen te bereiken?	Omschrijf je effect als een concreet veranderende situatie van de doelgroep, bv. ... meer, minder, hoger, lager, versterkt, ontmoedigd...	bv. motivatie, ambitie, kennis, vaardigheden, attitudes, meningen, bewustwording bv. gedrag, beslissingen, beleidskeuzes bv. voor individu: kwaliteit van leven, duurzaam werk... bv. voor maatschappij: minder uitkeringen, minder ziektekosten...	



IMPACT START-UP CLUB

SOCIALE INNOVATIEFABRIEK
IMPACT START-UP CANVAS

MAATSCHAPPELIJK PROBLEEM
 Welk probleem wil je oplossen? Welke mogelijkheid zie je om de maatschappij te verbeteren?

 Voor wie is dit een probleem? Wie of wat heeft last van het probleem?

 Hoe merk je dat dit een probleem is? (studies, data, verhalen)

AMBITIE
 Wat is jouw ambitie om dit probleem op te lossen?

IMPACT
 Welke impact wil je zien op korte termijn, middellange termijn en lange termijn?

 Hoe ga je dit aanpakken?
 Hoe ga je de impact kunnen zien of voelen?
INDICATIE

PARTNERS Met wie moet je samenwerken voor de oplossing? (bv. leveranciers, partners, bondgenoten...) Wat voor materiaal, kennis, vergoedingen... geeft ze je?	ACTIVITEITEN Wat moet je doen en regelen om jouw oplossing te kunnen realiseren?	JOUW OPLOSSING Wat wil je organiseren, bouwen, maken...?	RELATIE MET KLANTEN Op welke manier en hoe vaak ga je om met jouw klanten?	KLANTEN Wie maakt gebruik van jouw oplossing?
MENSEN & MIDDELEN Wat heb je nodig om dit te kunnen doen? (bv. geld, mensen, materiaal...)		KANALEN Waar en hoe bereik je jouw klanten en doelgroep?		
KOSTEN Wat heb je nodig voor de oplossing (mensen, materiaal...) en hoeveel kost dit?			OPBRENGSTEN Waar willen mensen voor betalen? Wat brengt het financieel op? Of welke kosten bespaar je?	

END GAME
 Wanneer zou je stoppen met je project? Welke structurele verandering zie je dan in de maatschappij?

INVESTEREN €
 Waarin herinvesteer je bij winst?

Interventies uit je veranderingslogica komen samen in een business model



MAATSCHAPPELIJK PROBLEEM

Welk probleem wil je oplossen? Welke mogelijkheid zie je om de maatschappij te verbeteren?

Voor wie is dit een probleem? Wie of wat heeft last van het probleem?

Hoe merk je dat dit een probleem is? (studies, data, verhalen)

END GAME

Wanneer zou je stoppen met je project? Welke structurele verandering zie je dan in de maatschappij?

INVESTEREN

Waarin herinvesteer je bij winst?

Jouw oplossing

Hoe los jij dit probleem op?



Hoe ga je die gewenste impact kunnen zien of voelen? (p)

IMPACT - Theory of Change

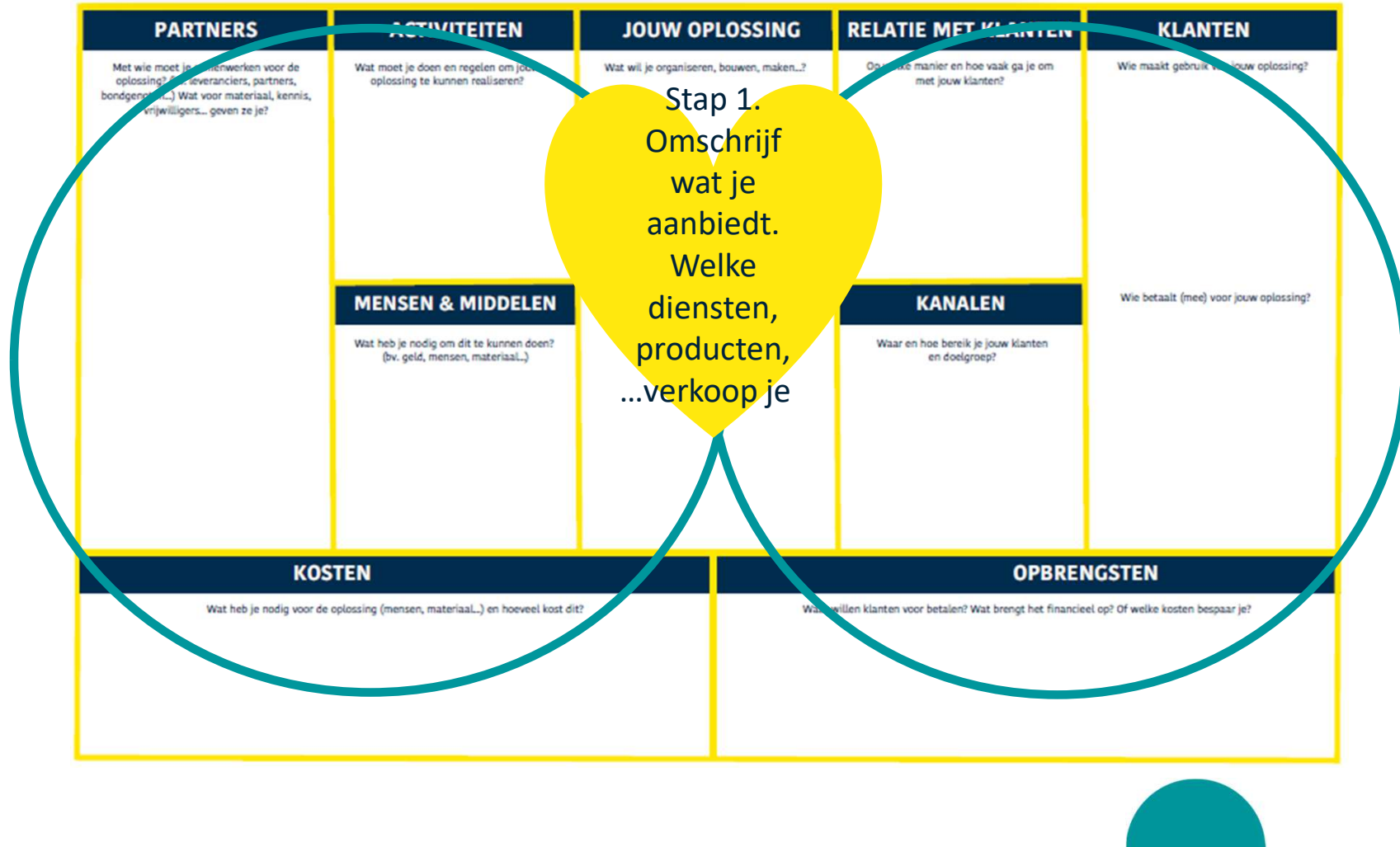
Welke impact wil je zien op korte termijn, middellange termijn en lange termijn? (elementen uit TOC)



PARTNERS	ACTIVITEITEN	RELATIE MET KLANTEN	KLANTEN
Met wie moet je samenwerken voor de oplossing? (bv. leveranciers, partners, bondgenoten...) Wat voor materiaal, kennis, vrijwilligers... geven ze je?	Wat moet je doen en regelen om jouw oplossing te kunnen realiseren?	Op welke manier en hoe vaak ga je om met jouw klanten?	Wie maakt gebruik van jouw oplossing?
	MENSEN & MIDDELEN Wat heb je nodig om dit te kunnen doen? (bv. geld, mensen, materiaal...)	KANALEN Waar en hoe bereik je jouw klanten en doelgroep?	Wie betaalt (mee) voor jouw oplossing?
KOSTEN		OPBRENGSTEN	
Wat heb je nodig voor de oplossing (mensen, materiaal...) en hoeveel kost dit?		Waar willen klanten voor betalen? Wat brengt het financieel op? Of welke kosten bespaar je? Denk hier ook aan de niet-monetaire stromen	

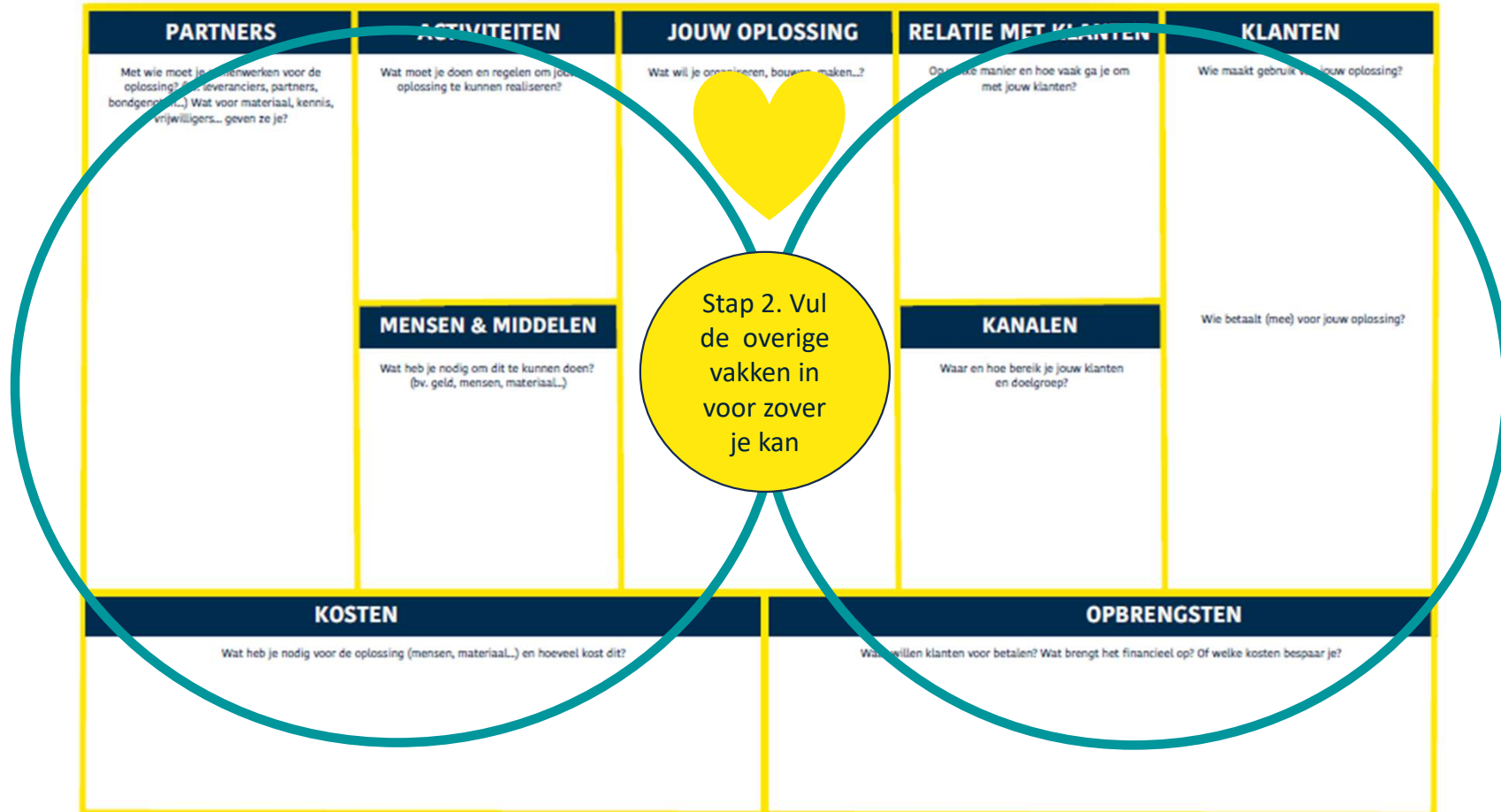
Binnenkant van de sociaal onderneming
Hoe en met wie jij je oplossing realiseert

Buitenkant van de sociaal onderneming
Hoe en aan wie jij je oplossing verkoopt



Binnenkant van de sociaal onderneming
Hoe en met wie jij je oplossing realiseert

Buitenkant van de sociaal onderneming
Hoe en aan wie jij je oplossing verkoopt





Oefening: de gebruiker is vaak niet de betaler.
Verkoop ook je impact waarde

WELKE WAARDE + VOOR WIE	VOOR WIE IS DIT NOG EEN WAARDE?	WIE KAN / WIL BETALEN ?



Ga voor niet-monetaire waarde



- Vrijwilligers
- Ruimte delen
- Communicatiekanalen
- Licenties delen
- Expertise delen

>> creëer community, druk kosten, word slimmer, ... als social onderneming

Oefening: vul je eigen canvas in

- ✓ Uitgeklaard
- ? Nog uit te zoeken
- ! Uitdaging

PARTNERS	ACTIVITEITEN	JOUW OPLOSSING	RELATIE MET KLANTEN	KLANTEN
Met wie moet je samenwerken voor de oplossing? (bv. leveranciers, partners, bondgenoten...) Wat voor materiaal, kennis, vrijwilligers... geven ze je?	Wat moet je doen en regelen om jouw oplossing te kunnen realiseren?	Wat wil je organiseren, bouwen, maken...?	Op welke manier en hoe vaak ga je om met jouw klanten?	Wie maakt gebruik van jouw oplossing?
	MENSEN & MIDDELEN		KANALEN	
	Wat heb je nodig om dit te kunnen doen? (bv. geld, mensen, materiaal...)		Waar en hoe bereik je jouw klanten en doelgroep?	Wie betaalt (mee) voor jouw oplossing?
KOSTEN		OPBRENGSTEN		
Wat heb je nodig voor de oplossing (mensen, materiaal...) en hoeveel kost dit?		Waar willen klanten voor betalen? Wat brengt het financieel op? Of welke kosten bespaar je?		

Een business model landt in een business plan

IMPACT START-UP CLUB

SOCIALE INNOVATIEFABRIEK IMPACT START-UP CANVAS

MAATSCHAPPELIJK PROBLEEM

Welk probleem wil je oplossen? Welke mogelijkheid zie je om de maatschappij te verbeteren?

Voor wie is dit een probleem? Wie of wat heeft last van het probleem?

Hoe merk je dat dit een probleem is? (studies, data, verhalen)

AMBITIE

Wat is jouw ambitie om dit probleem op te lossen?

IMPACT

Welke impact wil je zien op korte termijn, middellange termijn en lange termijn?

Hoe ga je die gewenste impact kunnen zien of voelen?

INDICATIE

PARTNERS Met wie moet je samenwerken voor de oplossing? (bv. leveranciers, partners, bondgenoten...) Wat voor materiaal, kennis, vaardigheden... geven ze je?	ACTIVITEITEN Wat moet je doen en regelen om jouw oplossing te kunnen realiseren?	JOUW OPLOSSING Wat wil je organiseren, bouwen, maken...?	RELATIE MET KLANTEN Op welke manier en hoe vaak ga je om met jouw klanten?	KLANTEN Wie maakt gebruik van jouw oplossing?
	MENSEN & MIDDELEN Wat heb je nodig om dit te kunnen doen? (bv. geld, mensen, materiaal...)		KANALEN Waar en hoe bereik je jouw klanten en doelgroep?	Wie betaalt (niet) voor jouw oplossing?
KOSTEN Wat heb je nodig voor de oplossing (mensen, materiaal...) en hoeveel kost dit?		OPBRENGSTEN Waar willen klanten voor betalen? Wat brengt het financieel op? Of welke kosten bespaar je?		

END GAME

Wanneer zou je stoppen met je product? Welke structurele verandering zie je dan in de maatschappij?

INVESTERING

Waarin herinvesteer je bij winst?



Morgen..

MAATSCHAPPELIJK PROBLEEM

Welk probleem wil je oplossen? Welke mogelijkheid zie je om de maatschappij te verbeteren?

- Veel jong talent onder vluchtelingen en nieuwkomers en te weinig kansen
- Meer migratie, moeizame integratie
- Arbeidsmarkt tekort

Voor wie is dit een probleem? Wie of wat heeft last van het probleem?

- Nieuwkomers en vluchtelingen
- Beleid
- werkgevers

Hoe merk je dat dit een probleem is? (studies, data, verhalen)

- Tewerkstellingsgraad erkende vluchtelingen
- Participatie aan arbeidsmarkt en maatschappij

END GAME

Wanneer zou je stoppen met je project? Welke structurele verandering zie je dan in de maatschappij?

Alle opleidingsorganisaties stemmen aanpak af op talenten van jongeren met een migratieafkomst.

INVESTEREN

Waarin herinvesteer je bij winst?



Blijven ontwikkelen van nieuwe opleidingen op hoogte.

Jouw oplossing

Hoe los jij dit probleem op?

Talenten van nieuwkomers en vluchtelingen ontwikkelen en hen leiden naar zinvolle jobs op hoogte



- Aantal deelnemers aan opleiding en nadien aan het werk
- Groei in vrijwilligers, partners en klanten

Hoe ga je die gewenste impact kunnen zien of voelen, meten? (problem canvas)

INDICATIE

IMPACT - Theory of Change



Welke impact wil je zien op korte termijn, middellange termijn en lange termijn? (elementen uit TOC)

- Meer participatie van vluchtelingen en nieuwkomers op de arbeidsmarkt.
- Positievare perceptie op nieuwkomers in maatschappij en op de arbeidsmarkt.

PARTNERS	ACTIVITEITEN	JOUW OPLOSSING	RELATIE MET KLANTEN	KLANTEN
Met wie moet je samenwerken voor de oplossing? (bv. leveranciers, partners, bondgenoten...) Wat voor materiaal, kennis, vrijwilligers... geven ze je? VDAB Fedasil Nat. Loterij Bedrijven KWB ...	Wat moet je doen en regelen om jouw oplossing te kunnen realiseren? • Intake en match met de juiste opleiding • Begeleiding doorheen leertraject • Aanpassen en uitwerken opleidingen en materiaal • netwerken	Wat wil je organiseren, bouwen, maken...? • Opleiding voor jongeren met migratie achtergrond voor job op hoogte • Zeer praktijkgericht • Gericht op oefenkans voor Nederlands • Gericht op behalen van de nodige certificaten • Toeleiding naar job op hoogte • Werken aan randvoorwaarden zoals rijbewijs, admin... • Gemotiveerde en goed opgeleide werkrachten voor jobs op hoogte, vandaag knelpuntberoep.	Op welke manier en hoe vaak ga je om met jouw klanten? • Persoonlijke relatie, intake, coaching doorheen het traject • Persoonlijke relaties met bedrijven, HR-verantwoordelijken	Wie maakt gebruik van jouw oplossing? • Jongeren met migratie achtergrond • Jongeren met klimtalent en de wil om dit professioneel door te zetten.
	MENSEN & MIDDELEN Wat heb je nodig om dit te kunnen doen? (bv. geld, mensen, materiaal...)		KANALEN Waar en hoe bereik je jouw klanten en doelgroep? Nature vzw, Fedasil, Sport Vlaanderen... zij verwijzen kandidaten door naar Rising You	Wie betaalt (mee) voor jouw oplossing? • Bedrijven met veel jobs op hoogte (Elia, Iris group) • Arbeidsmarktactoren zoals VDAB, Acriris
KOSTEN		OPBRENGSTEN		
Wat heb je nodig voor de oplossing (mensen, materiaal...) en hoeveel kost dit? Personeel, Opleidingsmateriaal, opleidingslokaal, communicatiemateriaal, juridische expertise, kantoomateriaal		Waar willen klanten voor betalen? Wat brengt het financieel op? Of welke kosten bespaar je? Denk hier ook aan de niet-monetaire stromen • Verkoop hiring fee door bedrijf dat aanwerft • Projectgelden: uitwerken opleidingen, professionaliseren organisatie, donaties • Niet monetaire waardenstromen: communicatie via partners, vrijwilligers (oa voor mentoring tijdens opleiding en rijbewijs.)		

Rising You



CONTACT

kathleen@socialeinnovatiefabriek.be

karen@socialeinnovatiefabriek.be

caroline@socialeinnovatiefabriek.be

www.socialeinnovatiefabriek.be

