

Jaarplan

2020-2021



INVENT, LEARN AND GROW

Jaarplan Enactus Utrecht 2020-2021

Met trots presenteren wij u het jaarplan van Enactus Utrecht voor het collegejaar 2020/2021. Met dit jaarplan hebben wij als bestuur de koers van Enactus Utrecht voor aankomend jaar uiteengezet. Wij streven ernaar om door het jaar heen kritisch te blijven kijken of onze werkzaamheden binnen deze koers blijven passen.

De missie van Enactus, studenten in staat stellen zich te ontwikkelen tot ondernemende en verantwoorde leiders, is als leidraad bij het opstellen van dit document gebruikt. Met sociaal ondernemerschap als middel streven wij ernaar om de leden van Enactus Utrecht de mogelijkheden aan te reiken om op zowel persoonlijk, professioneel als ondernemend vlak te groeien.

Op basis van gesprekken met het oud bestuur, ervaringen van leden, gesprekken met de Raad van Advies en het strategisch adviesrapport 2019/2022 is dit jaarplan opgesteld. Binnen het strategisch adviesrapport zijn vier pijlers opgesteld: samenhangend programma, actieve coaching, bewust eigenaarschap en samenwerking met (lokaal) ecosysteem. De inhoud van deze pijlers hebben wij samengevoegd in drie kerndoelen voor aankomend jaar: ondernemen met impact, Enactus cultuur en waardevolle relaties.

Binnen het eerste kerndoel, **ondernemen met impact**, staat zowel de bewuste groei van Enactus Utrecht als het waarborgen van de kwaliteit van het leertraject van Enactus leden centraal. Bij het tweede kerndoel, **Enactus cultuur**, komt betrokkenheid van zowel de leden als het bestuur duidelijk naar voren. Binnen het creëren van de zogeheten Enactus cultuur staat de rol van ondernemende en verantwoorde leiders en diversiteit als organisatie centraal. Binnen het derde kerndoel, **waardevolle relaties**, streven wij ernaar om duidelijk in kaart te brengen wat de waarde van Enactus Utrecht voor haar partners is. Het ontwikkelen en onderhouden van waardevolle relaties met zowel alumni als andere Enactus teams wordt binnen dit kerndoel van waarde geacht.

In het tweede deel van dit jaarplan wordt aandacht besteed aan de functiespecifieke doelen van bestuursleden. Hierbij wordt ingegaan op de doelen die de vice-voorzitter en penningmeester, de marketingmanager, de HR-manager, externe relaties en acquisitie en de evenementen en ondernemingen binnen hun functie stellen.

Onze missie dit jaar als Enactus bestuur '20/'21 is: **INVENT, LEARN AND GROW**. Deze missie staat voor de leerlijnen die de leden aangeboden krijgen binnen hun leertraject bij Enactus Utrecht. Jezelf blijven uitdagen en ontwikkelen als ondernemer, **invent**, als professional, **learn**, en als persoon, **grow**, staat bij Enactus Utrecht komend jaar centraal.

Inhoudsopgave

1) ONDERNEMEN MET IMPACT	5
2) ENACTUS CULTUUR	6
3) WAARDEVOLLE RELATIES	9
4) VOORZITTER	11
5) PENNINGMEESTER & VICE-VOORZITTER	13
6) EXTERNE RELATIES & ACQUISITIE	15
7) EVENEMENTEN & ONDERNEMINGEN	17
8) MARKETING MANAGER	19
9) HR-MANAGER	23
10) TIJDSCHEMA JAARPLAN	25

1) Ondernemen met impact

De missie van Enactus Utrecht is om studenten in staat te stellen zich te ontwikkelen tot ondernemende en verantwoorde leiders. Sociaal ondernemerschap is hiervoor het middel. Om zoveel mogelijk impact te maken met de ondernemingen is zowel groei als kwaliteit van belang. Met meer leden kan je meer sociale en duurzame impact maken, maar ook een groter leertraject aanbieden. Komend jaar zullen we daarom gestaag groeien waarbij we de kwaliteit die we kunnen bieden centraal blijft staan.

1.1 Bewuste groei

In tijden van het COVID-19 virus denken wij dat er een kans ligt om bewust te groeien en te blijven innoveren. Diverse activiteiten, zoals fysieke internationale uitwisselingsprogramma's, voor studenten gaan niet door. Studenten zouden hierdoor op zoek kunnen gaan naar andere mogelijkheden om zich te ontwikkelen. Bij Enactus Utrecht kunnen we een plek bieden voor studenten die willen ondernemen en de maatschappelijke uitdagingen van COVID-19 willen aanpakken door middel van ondernemerschap.

Bovendien willen we innovatie stimuleren en een basis leggen voor nieuwe ondernemingen. Met Enactus willen we voldoende impact blijven maken op lange termijn en daarom willen we bewuste groei doormaken komend jaar. In de zomervakantie heeft de onderneming Bostelbakkers een Enexit gemaakt. Daarnaast hebben de leden van Studentbuddybag besloten om hun lidmaatschap op te zeggen. De ruimte die hierdoor vrij is gekomen willen we aanvullen met twee nieuwe denktankteams. In augustus hebben we een tussentijdse werving gehouden waarbij we dit doel hebben bereikt.

Graag willen we in november bij de tweede werving inzetten op het werven van studenten voor stageplekken. We willen bij de desbetreffende minoren (sociaal ondernemerschap, entrepreneurship en entrepreneurship and life sciences) onder de aandacht brengen dat studiepunten verdiend kunnen worden met het vrijwilligerswerk dat bij Enactus kan worden gedaan. We hebben gemerkt dat het gemakkelijker is om deze studenten gericht te bereiken via deze minoren, dan via sociale media. We zullen bij deze minoren collegepraatjes houden in september, zodat ze zich vervolgens bij de eerste werving in november kunnen aanmelden.

1.2 Inzicht en balans in leerlijnen

Het komende jaar zullen we actief bezig zijn met het professionaliseren van het programma dat wordt geboden aan de studentondernemers. Deze professionaliseringsslag zorgt ervoor dat zowel de leden als de ondernemingen optimaal kunnen ontwikkelen en daardoor positieve impact kunnen maken. Vanuit het strategisch meerjarenplan streven we naar een samenhangend programma. Het programma is inspirerend en interactief en bestaat uit meerdere leerlijnen. Binnen Enactus Utrecht is voldoende ruimte om te leren en te ontwikkelen, maar het overzicht en de samenhang in het programma ontbreekt op sommige vlakken. We streven ernaar om voor de start van het collegejaar een beeld te hebben van de ondersteuning die Enactus biedt op drie niveaus: persoonlijke ontwikkeling, professionele ontwikkeling en ondernemerschapontwikkeling. In de jaarplanning voor de evenementen en in communicatie willen we deze drie leerlijnen gebalanceerd laten terugkomen. Bovendien willen we voor de kickstartdag in januari het project handboek optimaliseren door de

leerlijnen overzichtelijk weer te geven.

Daarnaast willen we de business coaches actiever inzetten bij de ondernemingen om zo bij te dragen aan een van de doelen van het meerjarenplan, namelijk actieve coaching. Het is van belang dat de teams de business coaches weten te vinden. We streven ernaar dat elke onderneming aan het einde van het jaar vier keer met een business coach heeft gezeten. De projectcoördinatoren van de ondernemingen zullen de ondernemingen stimuleren om ieder kwartaal gebruik te maken van de business coach. De HR-manager en de externe relaties & acquisitie manager zullen verantwoordelijk zijn voor het benaderen van nieuwe business coaches voor denktanks.

2) Enactus cultuur

Betrokkenheid zal een belangrijk thema vormen het komende jaar, waarbij zowel betrokkenheid van de leden als het bestuur centraal staan. We doelen hierbij op het creëren van een zogenoemde Enactus cultuur. Hoe die Enactus cultuur vormgegeven zal worden is hieronder beschreven.

2.1 Maandagavond = Enactus avond

Er zullen stappen worden gemaakt om de betrokkenheid van de leden te verhogen door middel van het invoeren van een vaste Enactus avond op de maandag. Hiervan zullen twee avonden per maand plenair zijn, ingevuld met trainingen, workshops en start-stop-continues. Op de andere twee maandagen zal er een werkruimte worden gereserveerd en hebben de leden de gelegenheid een werkavond te houden met hun onderneming. Deze avond kan door de leden worden ingevuld naar eigen inzicht, waarbij ze onder andere kunnen brainstormen, vergaderen en ideeën kunnen uitwisselen met andere teams. De werkavonden op de maandagen zijn vrijblijvend en zullen met een borrel worden afgesloten. UtrechtInc heeft al aangegeven dat zij werkruimte vrijstellen.

In onze ogen is een georganiseerde werkavond waardevol omdat de ondernemingen de kans krijgen in een fijne omgeving samen aan hun taken te werken. Mede door COVID-19 kan het soms lastig zijn voor de studenten om een geschikte vergader-/werkplek te vinden. Daarnaast zitten de teams zo vaker bij elkaar wat de betrokkenheid verhoogd. Samen werken zal de motivatie en communicatie ten goede doen. De vaste borrel geeft leden van verschillende ondernemingen de kans om elkaar te spreken. Dit zorgt voor kennisuitwisseling, maar vooral voor de vorming van één hechte groep. Er is een post gemaakt in de begroting waarmee de borrels worden bekostigd, dit is van het overige budget dat niet gebruikt wordt voor de evenementen. Er zal in december worden gekeken of deze herziening van de maandagavond invulling succesvol is. Het idee is succesvol wanneer er iedere week minstens twee ondernemingen gebruik maken van de gereserveerde werkruimte. Wanneer dit is behaald zullen wij het plan voortzetten.

In het verleden bleek het soms nog te onduidelijk wanneer evenementen plaatsvonden. Door de maandagavond als vaste avond in te stellen hopen wij meer duidelijkheid te geven aan de leden. Zo kunnen zij hun avond makkelijker vrijhouden voor Enactus en hiermee zal de opkomst op de evenementen vergroot worden.

2.2 Continue feedback

Door het gesprek aan te gaan met onze leden zullen wij meer inzicht krijgen in wat goed gaat, minder goed gaat en waar eventuele behoeften liggen. Hierbij is open communicatie van groot belang,

omdat dit meer inzichten kan verschaffen. Dit zal vorm krijgen door de voorzitter een keer in de twee weken in gesprek te laten gaan met een betrokkene van Enactus. Deze gesprekken zal de voorzitter vastleggen in een document, waarna hier aan het eind van het jaar een kwalitatief eindrapportage van zal worden gemaakt. Naar aanleiding van de gesprekken zal de input van de leden worden geïntegreerd in onze plannen. Op deze manier wordt bewust eigenaarschap gewaarborgd. In de gesprekken met de leden zal expliciet gevraagd worden naar de bewustwording van het eigenaarschap en hoe dit verbeterd kan worden. Daarbovenop zullen in oktober en maart ledeninspraak avonden worden gehouden.

2.3 Wederzijdse betrokkenheid

Het stimuleren van de betrokkenheid onder de leden en tussen de leden en het bestuur brengt uitdagingen met zich mee, zeker in tijden van de COVID-19 crisis. Om ervoor te zorgen dat de betrokkenheid weer sterker wordt, willen we transparanter zijn in de communicatie met de leden. Door hen meer te laten weten over waar het bestuur zich mee bezighoudt en door hen meer de kans te geven om te delen waar de ondernemingen staan hopen we meer betrokkenheid binnen Enactus te creëren. Zo willen we tijdens de kickstartdag ons jaarplan presenteren en gaan we tijdens de start, stop, continues onze eigen ideeën pitchen voor de leden. Op deze manier willen we de activiteiten die bij een bestuursjaar horen meer delen met de leden en hopen we dat meer leden enthousiast worden om een bestuursjaar te doen. Door meer bestuursleden die al bekend zijn bij Enactus in het bestuur te krijgen zal de betrokkenheid ook kunnen toenemen.

Ook willen we een beter beeld hebben van waar de leden behoefte aan hebben en hoe wij daarop in kunnen spelen. Dat willen we doen door leden een week voor de inspraakavonden een evaluatieformulier in te laten vullen over hoe ze hun lidmaatschap bij Enactus ervaren. Deze formulieren kunnen zo een aanknopingspunt vormen voor de gesprekken tijdens de inspraakavonden.

2.4 De rol van ondernemende en verantwoorde leiders

De missie van Enactus Utrecht is om leden op te leiden tot ondernemende en verantwoorde leiders. Hierbij is het van belang dat leden zich kunnen ontwikkelen op dit vlak en eigenaarschap ervaren als ondernemende en verantwoorde leiders. Binnen deze missie vinden wij het belangrijk dat de teamcaptains zich bezighouden met de individuele coaching van de leden. Als projectcoördinatoren willen wij de team captains bewust maken van het belang van de individuele coaching van leden en hen bijbrengen hoe zij deze begeleiding kunnen bieden. Op deze manier krijgt de ontwikkeling van leden een grotere rol binnen de teams. Om de ontwikkeling van de leden inzichtelijk te maken streven wij ernaar om de teamcaptain elk kwartaal een intervisie te laten houden met zijn of haar teamgenoten. Tijdens deze intervisie zal aan de hand van de drie leerlijnen, persoonlijke, professionele en ondernemerschap ontwikkeling, na worden gegaan waar de leden staan op deze vlakken. Op deze manier wordt het inzichtelijk voor zowel de teamcaptain als de andere teamgenoten hoe iedereen zich ontwikkelt. Op basis van deze informatie zouden ook beter bepaalde trainingen, die inspelen op de leerlijnen van onze leden, in de toekomst kunnen worden aangeboden.

Wij streven naar het bevorderen van eigenaarschap van leden binnen de ondernemingen. Als projectcoördinatoren zullen wij naar de leden blijven communiceren dat zij aan het hoofd staan van hun eigen onderneming. Het is belangrijk dat leden beseffen dat zij degenen zijn die zowel de kleine

als de grote keuzes maken, ook op financieel gebied, en dat zij hierin ook fouten kunnen en mogen maken. Projectcoördinatoren zullen het eigenaarschap van de leden binnen de ondernemingen blijven stimuleren.

Daarnaast willen we leden op een vast moment in de maand de mogelijkheid geven om een pitch te geven voor een financiële aanvraag uit het R&D budget. Zo streven wij ernaar om ook financieel vlak eigenaarschap bij de leden te bevorderen.

2.5 De Enactus student

De ontwikkeling van verantwoord en duurzaam leiderschap bij leden is een van de kerndoelen van Enactus Utrecht. Daarnaast willen wij met de ondernemingen zoveel mogelijk impact maken. Om zowel de persoonlijke ontwikkeling van de leden en de impact van de ondernemingen te vergroten is het van belang dat we daar de geschikte studenten voor aantrekken. Wij streven ernaar om ondernemende studenten sociale en duurzame leiders maken: ondernemers die impact maken. Voorheen werd de nadruk voornamelijk gelegd op het aantrekken van studenten met een sociale en duurzame achtergrond. Komend jaar zal er daarnaast meer aandacht uitgaan naar de ondernemende student in het wervingsproces. Op die manier willen wij de leiders van de toekomst sociaal en duurzaam bewust maken. We zullen actief zoeken naar relevante plekken om te promoten, zoals collegepraatjes geven bij business en economie gerichte studies. Daarnaast zullen we carrièrecommissies van studie- en studentenverenigingen benaderen. De HR-, de marketingmanager en de externe relatie en acquisitie manager zullen zich bezighouden met het vinden van relevante contacten, en wellicht zullen we een samenwerking met een van de relevante verenigingen of organisaties aangaan.

2.6 Diversiteit

Enactus studenten hebben een aantal dingen met elkaar gemeen. Ze zijn betrokken, verantwoordelijk, ondernemend, ambitieus en ze streven naar persoonlijke ontwikkeling. Daarnaast is diversiteit binnen Enactus Utrecht erg belangrijk zoals beschreven in het people plan dat vorig jaar is opgesteld. Hierin staat dat multidisciplinariteit en inclusiviteit wordt gestimuleerd door studenten te werven vanuit verschillende studierichtingen, achtergronden en leeftijden. Toch zien we dat niet voldoende terug in de praktijk. Diversiteit houdt meer in dan het werven van leden met verschillende studieachtergronden. Daarom willen we op verschillende manieren zorgen voor een diverser Enactus Utrecht. Zo zal er extra aandacht uitgaan naar representatie in onze marketing en in de trainingen en workshops die we aanbieden. Aangezien diversiteit een complex begrip is vinden we het belangrijk goed onderzoek te doen. Ons doel is om dit jaar goed uit te zoeken en te documenteren wat diversiteit betekent voor een organisatie zoals Enactus, en hoe we hier verder stappen in kunnen zetten. We zullen gedurende het jaar ons onderzoek documenteren, beginnende met gesprekken met de TaskForce Diversiteit van de Universiteit Utrecht. We streven ernaar halverwege het jaar een goed gedocumenteerd beeld te hebben van de diversiteit binnen Enactus en eerste stappen te zetten naar een diversiteitsbeleid- of plan. Vooral de HR-manager en Marketing Manager zullen zich met die onderwerp bezighouden.

2.7 Impact team en borrelteam

Een andere manier waarop wij de betrokkenheid willen vergroten is door een prijs uit te reiken aan het impact team en het borrelteam van het jaar. Ons is opgevallen dat het invullen van de voortgangsrapportage tot nu toe werd gezien als relatief saai. Om dit uitdagender te maken willen wij een prijs uitreiken aan het team dat de voortgangsrapportage het meest accuraat invult. Dit houdt in dat er in de voortgangsrapportage te zien is dat een onderneming actief bezig is geweest met impact maken via de onderneming, maar ook bezig is gegaan met impact maken in de vorm van persoonlijke groei. Het gaat hierbij om de lessen die zijn geleerd door de studenten (bijvoorbeeld het werk succesvol oppakken na tegenslagen). De prijs voor het impact team zal de vorm hebben van R&D budget en de desbetreffende onderneming mag zich het impact team van het jaar noemen. Ook zullen wij de traditie van het borrelteam voortzetten. Dit houdt in dat het team dat het meeste met elkaar borrelt en daarvan een foto stuurt in de groepschat een prijs in ontvangst mag nemen. Deze prijsuitreiking zal plaatsvinden bij de bestuurswissel aan het einde van het jaar.

3) Waardevolle relaties

Enactus Utrecht heeft door de jaren heen een uitgebreid en waardevol partner netwerk opgebouwd. Vanuit het strategisch meerjarenplan 19/22 betreffende de samenwerking met het (lokaal) ecosysteem streven we naar een waardevolle samenwerking van Enactus Utrecht met partners en alumni. Van groot belang achten wij niet alleen de waarde van de partner voor Enactus, maar vooral het belang van Enactus Utrecht voor de partner. Wanneer we zelf de waarde van Enactus Utrecht goed in kaart hebben zullen we in staat zijn potentiële partners duidelijk te maken wat we hen te bieden hebben. Ook in de relatie met het alumninetwerk liggen nog veel kansen, die relatie willen we dan ook beter in kaart brengen en versterken.

3.1 Waardepropositie

Om bewustwording van waarde te creëren zal een waardepropositie opgesteld worden waar in een oogopslag duidelijk wordt wat Enactus Utrecht terug kan geven aan bedrijven binnen het (lokale) ecosysteem. Deze waardepropositie zal de vorm krijgen van een brochure, waarin de waarde van Enactus naar voren komt. Hierdoor zijn wij intern beter bewust van wat we in huis hebben en kunnen we Enactus beter presenteren aan externe partijen en mogelijke partners. De brochure zal aan het begin van het jaar worden gemaakt zodat deze het hele jaar door kan worden gebruikt. Daarbij zullen we bijhouden welke organisaties zijn benaderd. Aan het eind van het bestuursjaar zullen we evalueren of de brochure een positief resultaat had bij het benaderen van potentiële partners.

3.2 Nieuwe partners

De waardepropositie zal worden ingezet om nieuwe partners te enthousiasmeren. Elke maand zullen we ten minste 4 nieuwe bedrijven benaderen (mailen, bellen, LinkedIn etc.) om actief bezig te blijven met het verkennen van nieuwe partners en het vergroten van de naamsbekendheid van Enactus Utrecht. We zullen aan het begin van het jaar een lijst maken met partners die goed aansluiten bij de missie van Enactus en deze benaderen. Potentiële partners zullen zo de mogelijkheid krijgen om ons na het lezen van onze waardepropositie te benaderen. We zullen een actieve houding aannemen en de potentiële partners een week na ontvangst van de waardepropositie benaderen. In de externe marketing zal veel aandacht zijn voor de waarde van Enactus Utrecht en de impact die we maken. Het streven is bekend te zijn bij externe partijen en zo veel mogelijk door hen benaderd te worden.

Als het gaat om de invulling van nieuwe partners, streven we ernaar lokaal ondernemerschap in Utrecht te ondersteunen. Door hen een podium te bieden op evenementen van Enactus Utrecht kunnen we hen aan ons netwerk binden. Daarnaast bieden ze inspiratie voor onze ondernemende leden.

3.3 Alumninetwerk

In de afgelopen 15 jaar is het alumninetwerk van Enactus Utrecht flink gegroeid. Toch zien we dat dit netwerk door leden, alumni en het bestuur nog weinig wordt benut. Daarom streven we er dit jaar naar om de betrokkenheid van alumni te vergroten. Dit zal worden gedaan door middel van uitnodigingen voor borrels en evenementen, de mogelijkheid voor alumni om business coach te worden en het onderhouden van regelmatig contact met alumni. In het hoofdstuk 'externe relaties en acquisitie' zal nader worden ingegaan op dit onderwerp.

3.4 Enactus teams

Er liggen veel kansen in de samenwerking met andere Enactus teams, zowel op nationaal en internationaal niveau. We kunnen veel van elkaar leren, elkaar inspireren en motiveren. Op dit moment worden hier echter nog geen stappen in ondernomen. Komend jaar bundelen we graag onze krachten met een ander nationaal of internationaal Enactus team. Wij willen onze teams stimuleren om actief gebruik te maken van het platform van Enactus+. Met behulp van dit platform kunnen teams met elkaar in contact worden gebracht. Wij streven ernaar om kennisdeling niet alleen binnen Enactus Nederland, maar ook op internationaal niveau te laten plaatsvinden.

4) Voorzitter

Aankomend jaar zal hoogstwaarschijnlijk nog steeds in teken blijven staan van de veranderingen die gepaard gaan met het Corona virus. Aankomend jaar zal Enactus Utrecht pro-actief op deze situatie moeten blijven inspelen. Het is belangrijk om als Enactus Utrecht wendbaar en flexibel te blijven in deze onzekere tijden. Daarnaast is het van belang om vanuit het bestuur betrokkenheid naar de leden te blijven tonen in deze periode. Om mij heen merk ik dat studenten zich eenzaam hebben gevoeld de afgelopen maanden. Als organisatie is het dan ook belangrijk om onze leden in de gaten te houden. Door het maken van vriendelijke gebaren vanuit het bestuur, zoals het sturen van kaartjes namens Enactus, willen wij onze leden een hart onder de riem steken. Als voorzitter streef ik er aankomend jaar naar Enactus Utrecht laten functioneren als een wendbare organisatie die betrokkenheid toont aan haar leden.

4.1 Functioneren, optimaliseren en verbeteren van de interne organisatie

Als voorzitter zal ik aankomend jaar onder andere verantwoordelijk zijn voor het functioneren, optimaliseren en verbeteren van de interne organisatie. Hierbij zal ik focussen op het innoveren van verschillende organisatieonderdelen van Enactus Utrecht. Dit zal onder andere vorm krijgen door het optimaliseren van voortgangsrapportages, het onderzoeken van mogelijkheden voor internationale samenwerking binnen Enactus, het maken van een eindevaluatie van het jaarplan, de begeleiding van de teamcaptains en door in gesprek te gaan met betrokkenen van Enactus Utrecht.

4.1.1. Optimaliseren voortgangsrapportages

Uit gesprekken met het oude bestuur en leden blijkt dat de teams van Enactus Utrecht weinig motivatie voelen om de voortgangsrapportages in te vullen. Het vorige bestuur kreeg vaak te horen dat het invullen van de voortgangsrapportages te ingewikkeld of tijdrovend was voor de teams. Ik wil gaan kijken naar hoe ik de voortgangsrapportages aantrekkelijker kan maken voor de teams om in te vullen. Dit is iets waar ik actief mee aan de slag wil gaan aan het begin van het jaar. Eind september, wanneer de teams een nieuwe voortgangsrapportage moeten invullen, hoop ik de eerste stappen te hebben gezet in het optimaliseren van dit document. Daarnaast wil ik samen met de evenementen en ondernemingen manager verder nadenken over de manier van impactmeting bij de ondernemingen. Door te kijken of de impactmeting beter of efficiënter kan worden uitgevoerd, wil ik zo de voortgangsrapportages aankomend jaar gaan optimaliseren voor de teams.

4.1.2 In gesprek gaan met betrokkenen van Enactus Utrecht

Om aankomend jaar inzicht te krijgen in welke onderdelen van Enactus Utrecht verder geoptimaliseerd kunnen worden, wil ik in gesprek gaan met betrokkenen van Enactus Utrecht. Als voornemen heb ik om een keer in de twee weken met iemand die betrokken is (geweest) bij Enactus Utrecht in gesprek te gaan. Dit kan gaan om leden, alumni, partners en Enactus Nederland. Deze gesprekken zal ik vastleggen in een document, waarna hier aan het eind van het jaar een kwalitatief eindrapportage van zal worden gemaakt. Als voorzitter vind ik het belangrijk om leden mee te laten denken in de koers die Enactus Utrecht opgaat. Op deze manier krijgen we als bestuur inzicht in hoe leden denken over hun lidmaatschap bij Enactus Utrecht en zijn zij ook beter op de hoogte van waar het bestuur mee bezig is.

4.1.3. Eindevaluatie maken jaarplan

Om voor continuïteit te zorgen binnen de organisatie van Enactus Utrecht wil ik aan het eind van het jaar een eindevaluatie/ eindejaarsrapportage van het jaarplan maken. Bij de overdracht aan het einde van het jaar kan het waardevol zijn voor een nieuw bestuur dat het duidelijk is hoever het bestuur '20/'21 met hun plannen uit het jaarplan zijn gekomen. Op deze manier kan een nieuw bestuur efficiënter aan de slag met het maken van nieuwe plannen en weten ze beter waar Enactus Utrecht op dat moment staat binnen het strategisch adviesrapport.

4.1.4. Internationaliseringsmogelijkheden Enactus Utrecht

Zoals eerder in het jaarplan naar voren is gekomen streven we ernaar om kennisdeling niet alleen binnen Enactus Nederland, maar ook op internationaal niveau te laten plaatsvinden. Ik zal aankomend jaar alle teamcaptains stimuleren om met hun onderneming actief gebruik te maken van het platform van Enactus+. Daarnaast zal ik samen met de externe relaties en acquisitie manager opzoek gaan naar de mogelijkheden rondom een uitwisselingsproject met een Enactus team uit een ander land. We streven ernaar om dit programma op te kunnen zetten in de zomer van 2021.

4.1.5. Begeleiding van de teamcaptains

Als voorzitter zal ik zorg dragen voor het begeleiden van de teamcaptains in hun functie. Dit wil ik vormgeven door, net zoals voorgaande jaren, een keer in de twee maanden bijeenkomsten met alle teamcaptains bij elkaar te organiseren. Door de overeenkomsten in mijn functie als voorzitter en de functie van teamcaptain zal ik daar verantwoordelijk voor zijn. Bij deze bijeenkomsten wil ik vernieuwende trainingen geven over leiderschapsrollen en de mogelijkheid te geven om te discussiëren over de rol van TC. Hierbij zal ik inspraak vragen van de teamcaptains over wat zij nog zouden willen leren binnen hun functie aankomend jaar.

4.2 Begeleiding en ondersteuning van het bestuur

Als voorzitter zal ik aankomend jaar tevens verantwoordelijk zijn voor de begeleiding en ondersteuning van het bestuur. Mijn streven als voorzitter is om een sfeer te creëren waar iedereen zijn inbreng kan doen en we het gevoel hebben dat we de verantwoordelijkheid van Enactus Utrecht met zijn allen dragen. Zo hoop ik dat door het jaar heen iedereen op de hoogte blijft van elkaars werkzaamheden en daarmee van de koers van Enactus Utrecht. Dit zal vorm krijgen door aan het begin van de week samen een moment in te plannen (bijvoorbeeld tijdens de lunch) dat iedereen elkaar op de hoogte brengt van haar plannen die week. Tevens zal ik programma's zoals Trello inzetten zodat iedereen ziet waar haar bestuursgenoten mee bezig zijn. Op deze manier wil ik als voorzitter zorgen dat samenwerkingen tussen verschillende functies sneller en effectiever kunnen worden aangegaan.

5) Penningmeester & vice-voorzitter

5.1 Functie specifieke doelen vice-voorzitter

Een belangrijke taak in mijn functie als vice-voorzitter is het ondersteunen van de voorzitter. In een wekelijks gesprek zullen we elkaar op de hoogte houden van elkaars leerdoelen, ontwikkelingen en hoe het gaat op persoonlijk vlak. Zou houden we elkaar scherp en kunnen we elkaar helpen waar nodig.

De interne administratie en documentatie valt ook onder mijn functie als vice-voorzitter. Hierin zie ik mijzelf vooral een delegerende rol hebben. Namelijk, ik zal de taak van notulist niet compleet op mij nemen. Deze verantwoordelijkheid zal per vergadering bij een ander bestuurslid komen te liggen. Het is in mijn ogen van belang dat iedereen actief kan participeren in een vergadering. Als notulist zijnde is dit lastiger, vandaar dat het in mijn ogen beter is deze taak door te rouleren.

Verder ben ik ook hoofdverantwoordelijke voor het overzichtelijk houden van de drive. Af en toe zal ik zeker naar de drive kijken en dingen veranderen waar nodig, toch laat ik de verantwoordelijkheid ook bij mijn mede bestuursgenoten. Het zal voor hen overzichtelijker blijven wanneer zij zelf goed weten waar voor hun relevante informatie te vinden valt.

Er is vorig jaar opnieuw een back-up gemaakt van alle documentatie en administratie van de stichting. Het is belangrijk dit te blijven doen en daarom zal ik als doel stellen dit twee keer per jaar te doen. Wanneer een technisch probleem zich voordoet kan er zo worden teruggevallen worden op de back-up.

5.2 Functie specifieke doelen penningmeester

Over de jaren heen heeft Enactus Utrecht duidelijk inzicht in de financiën gecreëerd. Er liggen echter nog steeds kansen om de financiën nog meer te professionaliseren en te structureren. De Rabobank is al langere tijd de vaste bank waar Enactus Utrecht haar rekeningen heeft lopen. Echter is de Rabobank geen goedkope bank en staat duurzaamheid minder centraal bij Rabobank dan bij sommige andere banken. Nu ze ook geen hoofdpartner meer zijn kan er worden gekeken naar een nieuwe, goedkopere en duurzamere bank. Bunq lijkt een goede optie te zijn.

Verder is er nog geen eigen rekening geopend voor Bennie en de twee denktanks. Het is erg belangrijk voor de financiële bewustwording van de ondernemingen om een eigen rekening te hebben. Ik wil ernaar streven om zo snel mogelijk (1 maand) na de oprichting van een onderneming een lopende rekening te hebben. Bennie en anderhalvemeterwiltje zijn al aan het verkopen, waardoor een eigen rekening van belang is. Deze rekeningen zullen in de eerste week van september worden aangevraagd zodat ze in het nieuwe collegejaar gebruikt kunnen worden. Ook biedt dit een kans om Bunq uit te testen. Wanneer dit bevalt, kunnen alle rekeningen over gezet worden. Dit wil ik dan vóór januari geregeld hebben.

Een belangrijke taak zal ook zijn de penningmeesters te begeleiden in hun functie. Ik zal daarom meerdere keren per jaar (+/- 4 keer) rond de tafel zitten met de penningmeesters om individueel of samen de financiën door te spreken en zaken uit te leggen. In het afgelopen jaar is er gebleken dat het af en toe moeilijk blijft voor penningmeesters hun boekhouding up-to-date te houden. Om onduidelijkheid en fouten te voorkomen wil ik daarom nauwer gaan samenwerken met de penningmeesters. Daarbovenop wil ik aan het einde van mijn bestuursjaar een leertraject hebben gedocumenteerd zodat toekomstige penningmeesters dit kunnen gebruiken bij het begeleiden van de leden.

Het lijkt mij ook belangrijk financiële bewustwording te creëren door het geven van trainingen aan de leden. Hierbij doel ik niet alleen op trainingen aan penningmeesters, maar ook op trainingen die relevant zijn voor alle leden. Deze trainingen zullen verschillende onderwerpen gaan omvatten. Ik heb meegekregen dat de leden soms nog wat onzeker zijn wanneer het aankomt op het maken van investeringen. Hier kan op ingespeeld worden door een lezing te geven over succesvol investeren. Ook kunnen workshops over fundraising van belang zijn voor alle leden. Veel ondernemingen maken gebruik van deze optie en daarom is het relevant als de leden daar meer over te weten komen. Dit plan zal bewerkstelligt worden in samenspraak met de evenementenmanager. Ik streef ernaar om drie evenementen te organiseren dit jaar.

Als laatste wil ik kijken naar een nieuw boekhoudprogramma. Momenteel word Excel gebruikt voor de boekhouding. Dit werkt prima, maar er zijn veel andere mogelijkheden beschikbaar, zoals Bkper. Ik zal Bkper gaan testen vanaf de ingang van september. Mocht het bevallen, dan maakt idealiter de gehele stichting in januari gebruik van dit programma, om de boekhouding zo overzichtelijk mogelijk te maken.

6) Externe relaties & acquisitie

6.1 Onderhouden partnernetwerk

Partners zijn van groot belang voor Enactus Utrecht. Onze Premium Partners zorgen voor de financiële stabiliteit die Enactus Utrecht nodig heeft elk jaar te blijven bestaan. Daarnaast dragen Partners en Vrienden van Enactus bij aan de organisatie door het geven van workshops of faciliteren van evenementen. Dit gebeurt in overleg in de vorm van *in-kind donations* of tegen een gereduceerd tarief voor Enactus Utrecht. Voor partners is Enactus Utrecht een toegevoegde waarde aan hun netwerk omdat zij op deze manier in contact komen met ondernemende en gedreven studenten en vice versa. Daarnaast is een bijdrage aan een sociaal en duurzaam ingestelde organisatie van toegevoegde waarde voor bedrijven die zichzelf sociaal verantwoord op de kaart willen zetten.

In de eerste plaats is het daarom belangrijk deze partners vast te houden. Dit zullen we dit jaar doen door contact te onderhouden met partners over de samenwerking tussen Enactus Utrecht en de externe partij. Hierbij zal ik als externe relaties manager regelmatig samenwerken met de evenementen en ondernemingen manager wanneer het partners betreft die relevant zijn voor deze functie. In de maanden oktober en november zal ik een afspraak inplannen met alle partners om de samenwerking tot nu toe te evalueren. Daarnaast streven we ernaar om een duidelijker overzicht te krijgen van de verschillende partners. Zo is er op dit moment geen duidelijk onderscheid tussen Vrienden van Enactus en andere betrokkenen, zoals bijvoorbeeld alumni.

6.2 Nieuwe premium partner

Dit jaar valt een van onze premium partners, de Rabobank, weg. Dit betekent dat we op zoek mogen gaan naar een nieuwe financiële partner. Het doel is om dit jaar een partnerschap aan te gaan met een bedrijf waarvan de kernwaarden goed aansluiten bij de missie van Enactus Utrecht. We streven ernaar om voor het einde van 2020 een nieuwe partner vast te leggen. De penningmeester zal hier uiteraard nauw bij betrokken zijn. Het is hierbij van belang dat er een meerjarig contract wordt afgesloten zodat de continuïteit van geldstromen binnen de vereniging gewaarborgd blijft. Om potentiële nieuwe partners te kunnen bereiken zal er een brochure met de waardepropositie van Enactus Utrecht worden gemaakt. Dit zal ik in samenwerking met de marketing manager doen.

6.3 Nieuwe trainingspartner sociaal ondernemerschap

Om de leerlijnen goed te kunnen uitwerken binnen Enactus, gaan we dit jaar op zoek naar een partner die ons kan voorzien in trainingen en workshops voor ondernemerschap ontwikkeling. Ik zal samen met de evenementen en ondernemingen manager en de HR manager op zoek gaan naar een geschikte partner. We streven ernaar deze partner in het eerste halfjaar gevonden te hebben.

6.4 Studenten netwerk

Het is van belang om Utrechtse studenten te blijven aantrekken tot Enactus Utrecht. Om een groter bereik te creëren onder studenten die interesse zouden kunnen hebben in Enactus Utrecht zullen we vaste samenwerkingen aangaan met studie- en studentenverenigingen in Utrecht. Denk hierbij aan studentengezelligheidsverenigingen zoals Triton, UVSV/USC of Veritas. Zeker in tijden van corona kunnen de leden van dergelijke verenigingen minder actief zijn bij hun eigen vereniging. We verwachten dat veel studenten daarom geïnteresseerd zullen zijn in een lidmaatschap bij Enactus. We streven ernaar vaste afspraken te maken over onze aanwezigheid bij carrièregerichte evenementen en/of een vermelding op de website of andere relevante plekken. Daarnaast gaan we

samenwerkingen aan met andere studentenbesturen die eveneens een ondernemend en maatschappelijk doel hebben. Denk hierbij aan verenigingen zoals SOLVE, UniPartners en De Kleine Consultant waarmee we onze doelgroep delen. Door ons gezamenlijk in te zetten voor de naamsbekendheid van onze verenigingen, verwachten we uiteindelijk nog meer (goed geïnformeerde) leden te kunnen werven.

6.5 Alumni netwerk

Alumni zijn ontzettend belangrijk voor het netwerk van Enactus Utrecht. Zo is de onderlinge kennisuitwisseling tussen huidige leden en alumni van belang voor de voortgang van de ondernemingen. Denk hierbij aan alumni die de functie van business coach op zich nemen bij een onderneming, en aan alumni die kunnen komen spreken op evenementen van Enactus Utrecht. Daarnaast vallen veel van onze alumni binnen de doelgroep van onze ondernemingen en zouden ze veel bij kunnen dragen aan de verkoop en naamsbekendheid van de producten die Enactus te bieden heeft. Het is daarom van belang voor Enactus Utrecht om alumni betrokken te houden bij de vereniging voor het stimuleren van kennisdeling en (mogelijke) relaties met de organisaties waar alumni werkzaam zijn. Om dit alumninetwerk beter in kaart te brengen zullen we een **landkaart** maken waarin duidelijk is waar alumni op dit moment werkzaam zijn, zodat je makkelijk contact met ze kan opnemen voor mogelijke trainingen of andere samenwerkingen. Alumni van zowel Enactus Utrecht als Enactus Nederland zullen hierin worden opgenomen. Deze landkaart zal, volgens de richtlijnen van de AVG, beschikbaar zijn voor zowel leden als alumni. Op deze manier krijgen alumni de kans om hun professionele netwerk uit te breiden en connecties te leggen voor vraagstukken die zich voordoen in het professionele werkveld. De leden van Enactus Utrecht kunnen rechtstreeks in contact komen te staan met een partners. Ik streef ernaar de landkaart aan het eind van het bestuursjaar compleet te hebben. Tenslotte zal er gedurende het jaar actiever gebruik worden gemaakt van de Enactus Utrecht LinkedIn groep. Via deze groep kunnen alumni en leden makkelijk contact leggen met elkaar.

6.6 Enactus netwerk

Zoals benoemd in hoofdstuk 3, streven we er dit jaar naar om de samenwerking met andere Enactus teams zowel op nationaal als internationaal niveau te stimuleren en benutten. Deze samenwerkingen kunnen ervoor zorgen dat teams over de hele wereld van elkaar kunnen leren op het gebied van ondernemerschap. Op nationaal niveau zien we kansen om ondernemingen uit verschillende steden met elkaar in contact te brengen en zo kennis te delen (bijvoorbeeld over het opzetten van een crowdfunding). Op internationaal niveau streven we ernaar kennisdeling te stimuleren binnen verschillende culturele contexten. Zo zien we veel potentie in het opzetten van een Enactus uitwisselingsproject. Om dit te realiseren, zal ik aan het begin van het bestuursjaar samen met de voorzitter gaan uitzoeken wat de mogelijkheden zijn rondom dit idee. We streven ernaar om dit programma op te kunnen zetten in de zomer van 2021.

7) Evenementen & ondernemingen

Ondernemen met impact. Dat is waar Enactus voor staat en daar wil ik in mijn functie met name de focus op leggen. Een samenhangend programma met focus op ondernemerschap is een middel om dit doel te bereiken. In dit jaar wil ik de eerste slag maken in het professionaliseren van het programma dat er momenteel staat. Een kerntaak van de functie evenementen & ondernemingen is zorgen voor impact innovatie. Ik wil dit bereiken door differentiatie in de trainingen, overzicht en inzicht in ontwikkeling en de inzet van Blended Learning.

De waarde van fysieke samenkomsten is groot en daarom probeer ik zoveel mogelijk activiteiten veilig op locatie te organiseren. Bij het organiseren van de evenementen zal ik rekening houden met de corona-richtlijnen vanuit de veiligheidsregio, zoals de gezondheidscheck, hygiënemaatregelen, 1.5 meter afstand en registratie van de contactgegevens van de aanwezige leden. Tot slot zal ik rekening houden met een grotere kostenpost op de begroting van de evenementen. Er zijn immers grotere ruimtes nodig om de 1.5 meter maatregel te kunnen waarborgen, waardoor de locatiekosten hoger kunnen uitvallen.

7.1 Differentiatie in trainingen

Bij de jaarplanning voor de evenementen wil ik rekening houden met een goede balans tussen de drie verschillende leerlijnen: ondernemerschap, persoonlijke en professionele ontwikkeling. Het is van belang dat elk van deze onderdelen worden gefaciliteerd door Enactus Utrecht, zodat ieder type student zich kan ontwikkelen. Dit jaar wil ik meer differentiatie aanbrenge n tussen trainingen die gaan over ondernemerschap en trainingen die gaan over professionele ontwikkeling. Er liggen met name kansen om samenwerkingen aan te gaan met partners die trainingen faciliteren over sociaal ondernemerschap.

Momenteel worden veelal trainingen gefaciliteerd vanuit partners als Frisse Blikken, YSE en Jonge Honden. Dit type trainingen is gericht op professionele ontwikkeling, omdat ze veelal ingaan op professionele vaardigheden. Dit jaar wil ik meer aandacht geven aan de ontwikkeling van ondernemerschapvaardigheden en daarom wil ik kijken naar samenwerkingen met Starters4Communities, Knappe Koppen en SocialEnterpriseNL. In het eerste kwartaal zal ik samen met de externe relatie & acquisitie manager kijken naar mogelijkheden tot samenwerking. In het eerste kwartaal wil ik minimaal twee gesprekken voeren met deze partijen. Bovendien wil ik sociaal ondernemers regelmatig uitnodigen om hun verhaal te vertellen en daarmee studenten te inspireren. Op de twee kickstartdagen zal ik ervoor zorgen dat ondernemers in College Tour setting vragen kunnen beantwoorden over alle facetten van ondernemen.

7.2 Overzicht en inzicht in ontwikkeling

Voor het begin van het collegejaar maak ik een duidelijke en logische planning voor de evenementen en trainingen samen met de marketing manager. Op deze manier kunnen leden de Enactus avonden beter integreren in hun agenda en zal de Enactus cultuur bevorderd kunnen worden. Ik wil graag consistentie aanbrenge n in de jaarplanning door een duidelijke invulling te geven aan de maandagavond.

- Iedere eerste en derde maandagavond is een training, een start-stop-continue of een ledeninspraakavond.
- Iedere tweede maandagavond kan een onderneming een pitch aanvragen.

- Iedere vierde maandagavond wordt de voortgangsrapportage ingevuld.

Het is een streven om een opkomstpercentage te hebben van 90% bij alle eerste en derde maandagavonden. Om dit te bereiken wil ik aan het begin van het jaar een helder overzicht van alle evenementen en trainingen communiceren naar alle leden in het project handboek en via de Google Agenda. Op deze manier weten studenten waar ze aan beginnen wanneer ze met een nieuw Enactusjaar starten, maar nog belangrijker: studenten weten hierdoor beter op welke vlakken ze zich kunnen ontwikkelen. De kwaliteit van de avonden staat voorop. Het is een doelstelling om een gemiddelde beoordeling van een 8 te behalen voor de evenementen. Evaluatieformulieren zullen inzicht bieden in de plus- en minpunten van de training.

Daarnaast wil ik de focus leggen op inzicht de ontwikkeling die leden doormaken in hun Enactus tijd. Voor de tweede kickstartdag wil ik in samenwerking met de HR-manager een invulboekje maken waardoor leden een persoonlijke impactmeting kunnen bijhouden. Dit boekje zou kunnen dienen als hulpmiddel voor leden om al hun ervaringen, leermomenten en reflecties vast te leggen.

7.3 Duidelijkheid Academy traject

De missie van de Academy is het ontwikkelen van professionele vaardigheden en het ondersteunen van het bestuur in het opbouwen van kennis over sociaal ondernemerschap onder de leden van Enactus Utrecht. Echter, is de Academy tijdelijk stopgezet, omdat meer onderzoek nodig is om te kijken welke rol is weggelegd voor de Academy. In het eerste halfjaar wil ik daarom samen met de HR-manager een behoefte onderzoek uitvoeren, zodat de toegevoegde waarde van een Academy zichtbaar wordt. Voor de werving in november wil ik meer duidelijkheid hebben over de waarde die een Academy team zou kunnen bieden. Ik wil actief in gesprek blijven met leden om te zien welke mate van persoonlijke, professionele en ondernemerschapsontwikkeling nodig is. Vervolgens kunnen we besluiten of een academy bij de behoefte van leden past.

7.4 Actief gebruiken Instagram @enactus.academy

Een van mijn kerntaken is innovatie. Juist in tijden van het coronavirus zie ik kansen om een groot deel van ons ontwikkelprogramma online aan te bieden. Ik zie steeds meer ondernemers op Instagram die cursussen aanbieden via dit platform. Dit jaar wil ik experimenteren met dergelijke Instagram cursussen. Het eerste halfjaar wil ik een pilot draaien door een Instagramaccount te starten: @enactus.academy. Samen met de marketingmanager wil ik hier content op maken. Ik zou me bezig kunnen houden met de inhoud, waarbij ik de marketing manager betrek voor de vormgeving, video's en IGTV's. Ik wil vervolgens het project evalueren, waarna ik wil bepalen of ik in het tweede halfjaar specifieke/ functiegerichte cursussen wil maken.

Het inzetten van een Instagram platform kan bijdragen aan *Blended Learning*, waarbij een combinatie van online en face-to-face leren centraal staat. Dit creëert flexibiliteit voor leden, omdat ze kunnen leren waar en wanneer ze willen. Daarnaast kan op trainingsavonden worden verwezen naar de kennis en inspiratie die op het platform is gedeeld. Bovendien kunnen leden elkaar inspireren doordat ze ook zelf content kunnen maken of reviews van bepaalde podcasts en boeken te delen met mij. Het Instagramaccount zal in het teken staan van de drie manieren van ontwikkelen: persoonlijke ontwikkeling, professionele ontwikkeling en ondernemerschapsontwikkeling.

8) Marketing manager

Afgelopen jaren is met een nieuwe website, consistente promotie en een Enactus Utrecht huisstijl flink gewerkt aan het professionaliseren van de branding. Echter blijft er altijd ruimte voor verbetering. Dit jaar zal er nadruk liggen op **personaliseren** en **concretiseren** van de boodschap van Enactus Utrecht in de marketing, zowel intern als extern. **Persoonlijke** content blijft het meest succesvol, een post van een lid levert het meeste bereik op en geeft een gezicht aan onze organisatie. Ook zorgt persoonlijke content voor hogere **betrokkenheid** van onze leden bij de marketing, een ander belangrijk doel van dit jaar. Daarnaast blijft het een uitdaging de boodschap zo **concreet** mogelijk te maken zodat het zo snel mogelijk duidelijk wordt voor een potentieel lid wat Enactus Utrecht inhoudt, en voor een potentiële partner wat Enactus Utrecht te bieden heeft. **Videomarketing** is een van de middelen die hiervoor zal worden ingezet, wat zowel voor interne betrokkenheid als externe representatie succesvol kan zijn. Intern zal er extra aandacht gaan naar de betrokkenheid van de leden bij de marketing, en zal er een duidelijker traject aangeboden worden voor de marketing managers om de marketing van hun onderneming tot een hoger niveau te brengen.

8.1 Externe marketing - Online

Sociale media is en blijft een belangrijk middel voor Enactus Utrecht om de buitenwereld te laten zien wat we doen en waar we voor staan. Daarom zal de marketing ook dit jaar grotendeels gericht zijn op (sociale) media.

- De online promotie zal gefocust blijven op Instagram en Facebook wegens de grote populariteit onder studenten, maar ook LinkedIn zal actief worden gebruikt om op professioneel niveau zowel studenten als externe (mogelijke) partners op de hoogte te houden van de ontwikkelingen binnen Enactus Utrecht.
- Er zal consistent gepost worden, dit zal 2-3 keer per week zijn. Echter hechten we veel waarde aan kwaliteit boven kwantiteit, en zal eerder worden gekozen voor één goede post met veel inhoud zoals een video, dan drie posts met minder inhoud zoals 'gewone' foto's. Posts met een persoonlijke touch staan hoog in het vaandel en er zal veel gedaan worden met online interactie om leden en geïnteresseerden te betrekken onder andere door middel van polls en Q&A's op Instagram en Facebook.
- Betaalde advertenties zijn erg waardevol gebleken voor de werving, vooral in tijden dat real life contact niet of bijna niet mogelijk was. Ook dit jaar zullen betaalde advertenties via de drie platforms worden ingezet tijdens de werving. Juist in deze tijden waar real life contact minder vanzelfsprekend is, blijven sociale media van groot belang.
- We zullen in contact blijven met de universiteit voor online promotie via hun waardevolle kanalen die veel studenten bereiken.
- Marketing naar externe (potentiële) partners zal worden geprofessionaliseerd. Samen met de externe relaties en acquisitie manager zal hieraan worden gewerkt. Een Enactus Utrecht online poster of brochure met in één oogopslag onze waardepropositie kan een behulpzame tool zijn om mogelijke partners over ons te informeren. Idealiter nemen zij dan verder contact met ons op omdat ze geënthousiasmeerd zijn om met ons samen te werken. We zullen bijhouden aan hoe veel bedrijven we dit versturen en wat het ons oplevert. In september zullen we deze brochure opstellen.

- Ook de band met onze huidige partners is van groot belang. We zullen ook hier professionaliseren maar vooral personaliseren, met bijvoorbeeld handgeschreven kaartjes na een mooie training of als dank voor een waardevolle samenwerking.
- Er zal wederom gebruik worden gemaakt van het (sociale) netwerk van andere relevante verenigingen en organisaties. Ook zal er meer toenadering gezocht worden bij de Hogeschool Utrecht om een meer divers aanbod aan leden aan te trekken, gezien onze focus op diversiteit. De contacten van alle bestuursleden zullen worden aangehaald, en vooral de externe relaties en acquisitie manager zal hier mede verantwoordelijk voor zijn ook gezien de mogelijke opties voor een partnerschap.
- Ook dit jaar zal worden gestreefd naar regelmatige vertegenwoordiging van Enactus Utrecht in de pers. We streven ernaar iedere onderneming minstens een keer in de krant of een andere vorm van media terug te zien.
- Impact en effect zal online worden gemeten via Google Analytics en polls.

8.1.1 *Content*

Afgelopen jaar zijn veel stappen gemaakt in het overbrengen van een consistente boodschap in een consistent jasje. De huisstijl is daar het grote voorbeeld van. Deze zal dit jaar doorgezet worden, maar wat flexibeler worden aangepakt. Meer ruimte zal worden geven aan persoonlijke content, foto's, verhalen en video's. De leden zullen hierbij actief worden betrokken.

Videomarketing zal een belangrijk onderdeel worden van de marketing van Enactus Utrecht. Een korte video is al gemaakt ten behoeve van de UIT. Twee video's zullen gemaakt worden voor de grote wervingsmomenten, waarbij het doel is Enactus Utrecht zowel persoonlijk als concreet in beeld te brengen. Het streven is de tweede wervingsvideo als een algemeen bruikbare video te kunnen inzetten die Enactus Utrecht representeert en nieuwe leden en potentiële partners inspireert. Een aparte video zal voor de tweede werving gemaakt worden voor de werving van het nieuwe bestuur. We zullen bijhouden wat het bereik is en onderzoeken wat de impact en meerwaarde is van de video's.

8.1.2 *Website, naamsbekendheid en vindbaarheid*

We hebben een aantrekkelijke en goed werkende website. Toch blijft er ruimte voor verbetering, zodat potentiële leden nog sneller begrijpen wat Enactus Utrecht inhoudt en potentiële partners zo snel mogelijk begrijpen waarom Enactus Utrecht van waarde is. Daarnaast is er nog veel te verbeteren aan onze vindbaarheid in google search.

- Dit jaar zal er aandacht besteed worden aan de opzet en inhoud van de website zodat potentiële leden nog sneller duidelijk hebben wat Enactus Utrecht inhoudt en hoe ze zich aan kunnen melden.
- Ook zal gewerkt worden aan onze vindbaarheid door middel van keywords, met het doel beter vindbaar te zijn online.
- Er zal gewerkt worden aan google recensies, waarbij we (oud) leden en partners vragen te schrijven over hun ervaringen bij Enactus Utrecht. Wij kunnen vertellen waarom we waardevol zijn, maar iemand die zelf met ons gewerkt heeft of bij lid is geweest kan dat veel beter. Met de combinatie hiervan streven we naar betere vindbaarheid en grotere naamsbekendheid.

- Idealiter is de site voor de tweede werving helemaal up to date, komt snel naar boven in zoekacties en runt foutloos.

8.2 Externe marketing - Offline

Zowel afgelopen jaar als komend jaar is er minder mogelijk op het gebied van offline promotie gezien de huidige situatie in verband met het Corona virus. Er zal goed moeten worden samengewerkt met de universiteit om veilige offline promotie te kunnen doen. Als het gaat om externe marketing naar potentiële partners zal dit jaar in het teken staan van professionalisering met als grootste doel zodanige bekendheid op te bouwen dat we regelmatig benaderd zullen worden door (potentiële) nieuwe partners.

- Collegenpraatjes blijven waardevol voor de werving, en samen met de HR-manager zullen in goede samenwerking blijven met de uni om dit online te kunnen voortzetten waar moet (wellicht in video vorm) en real life waar kan.
- Posters en flyers zullen we vanuit duurzaam oogpunt niet zomaar opnieuw laten maken, we zullen dit jaar vooral gebruiken wat er nog beschikbaar is van voorgaande jaren en op zoek gaan naar duurzaam merchandise materiaal om Enactus Utrecht aantrekkelijk te maken voor studenten en professioneel op de kaart te zetten voor potentiële partners. We streven er naar voor december deze merchandise in huis te hebben zodat we genoeg tijd hebben om duurzame en nuttige merchandise uit te zoeken, maar ook genoeg tijd hebben om dit door het jaar heen te gebruiken.
- We zullen off-en online een gele-rozenactie houden. Offline zullen we een uitkiezen waar we studenten kunnen aanspreken en enthousiasmeren over Enactus. Online zullen we een winactie opzetten waarbij leden en geïnteresseerden elkaar kunnen taggen om een roos en kaartje te winnen. We zullen langsgaan bij de winnaars, de roos uitreiken en hierbij wat vertellen over Enactus. We zullen uitgebreid posten over deze actie en bijvoorbeeld een korte video maken het bezoeken van alle winnaars met de roos.
- Voor zo ver het mogelijk is zullen we ons laten zien op verschillende real life evenementen en markten om studenten enthousiast te maken over Enactus Utrecht. Samen met de HR-manager zal gekeken worden wat er voor fysieke evenementen mogelijk zijn.

8.3 Interne marketing - Betrokkenheid leden

Dit jaar zal veel aandacht worden besteed aan het vergroten van de betrokkenheid van de leden bij de marketing van Enactus Utrecht.

- De twee werkvondens per maand zullen zowel online als offline aan leden gepromoot worden om te zorgen voor een hoge opkomst. Met meer live samenwerken op een vaste locatie streven we voor continuïteit en een hogere betrokkenheid.
- Zoals eerder genoemd zal videomarketing voor Enactus Utrecht en de teams zelf een van de belangrijke tools zijn om dit te bereiken. Intern draagt dit bij aan de betrokkenheid van de leden bij de marketing en extern draagt dit bij aan de persoonlijke touch aan de boodschap van Enactus Utrecht en de ondernemingen zelf.
- Voor elke onderneming zal er door het jaar heen een Q&A video opgenomen worden waarin de leden vertellen over zichzelf en hun ervaringen bij Enactus Utrecht en hun onderneming zelf. Deze video's zijn waardevol voor de betrokkenheid van de leden, en dragen bij aan hun

eigenaarschap omdat ze zelf het gezicht zijn van hun onderneming. Daarnaast draagt het bij aan de branding van zowel Enactus Utrecht als de ondernemingen zelf.

- Inspraak is erg belangrijk voor betrokkenheid. De marketing manager van het bestuur zal regelmatig inspraak vragen aan leden over verschillende marketingplannen.
- Het bestuur zal zich vaker laten zien online om de leden inzicht te geven in wat we voor Enactus Utrecht doen, met als doel de leden op de hoogte te brengen van de dagelijkse activiteiten van het bestuur en ze te enthousiasmeren ook van zichzelf te laten horen online als Enactus lid. Een voorbeeld hiervan zijn de bestuur voorstel-posts en de bijbehorende vragen die men via Instagram aan ons kon stellen.

8.4 Interne marketing - Marketing managers traject

Er kan nog meer gehaald worden uit de marketing van de teams. Vanuit ervaring van vorig jaar lijkt het er op dat meer duidelijkheid en sturing aan de marketing managers nodig is vanaf het begin van het jaar om de marketing van de ondernemingen tot een hoger niveau te brengen. Echter is het vooral belangrijk tijdens de eerste meeting te peilen waar de marketing managers behoefte aan hebben, en duidelijk te maken dat hun input waardevol en onmisbaar is zowel bij de marketing van Enactus als bij hun eigen leertraject als marketing manager.

- Inspraak in de marketing van Enactus Utrecht is erg belangrijk voor de betrokkenheid. Zo zal de marketing manager van het bestuur regelmatig naar de marketing managers van de teams keren voor advies, zoals bij het testen van de eerste indruk van een nieuwe video. Ook zal het marketingplan van de marketing manager van het bestuur aan de marketing managers van de teams worden voorgelegd voor feedback en ideeën.
- Een marketing managers-traject zal naar aanleiding van de wensen worden opgesteld na de eerste meeting om te zorgen dat door het jaar heen duidelijk is wat er over en weer verwacht wordt, met als doel de marketing managers te laten groeien in hun rol en daarmee de marketing van de ondernemingen tot een hoger niveau te brengen. Samen met de evenementen en ondernemingen manager zullen we passende marketing trainingen zoeken naar aanleiding van de wensen van de marketing managers, en samen met de externe relaties en acquisitie manager streven we er naar een marketing partner aan ons te binden.
- Voor de eerste van de vijf jaarlijkse meetings zal een opzet worden gemaakt, en dit zal worden aangepast aan de verdere leerdoelen van de marketing managers.
- Een format zal worden gemaakt waarin de marketing managers een social media plan kunnen opstellen en impact/bereik kunnen bijhouden. Hier zullen ze ook kunnen invullen welke pers ze wanneer gaan proberen te bereiken en op welke manier, om de bekendheid via de pers te vergroten.
- Het traject zal uit vijf meetings bestaan over onder andere branding en het meten van impact/bereik, en ook zal worden gezocht naar een waardevolle workshop van een marketing expert. We streven zo duidelijkheid te bieden aan de marketing managers over hun eigen leertraject als marketing manager, en meer inzicht te geven in de marketing en het effect ervan voor hun eigen onderneming.

9) HR-manager

Tot 2018 lag de focus bij Enactus Utrecht voor een groot deel op groei. Vanaf collegejaar 2018-2019 is daarin een stap terug gedaan, en werd kwaliteit expliciet boven kwantiteit gesteld. Dat resulteerde in een professionaliseringslag voor de HR-functie. Zo werd het people plan opgesteld en werd er nagedacht over hoe het leertraject dat we aanbieden aansluit bij de behoeften van de leden. Dit jaar wil ik de balans zoeken tussen kwaliteit en kwantiteit. Hoe laten we Enactus Utrecht groeien, zonder kwaliteit voor onze leden uit het oog te verliezen? De HR-functie bestaat grofweg uit drie pijlers: *recruitment*, *learning and development* en *performance management*. Aan de hand van die drie pijlers zal ik toelichten hoe ik het ledenaantal wil laten groeien, zonder in te leveren op de kwaliteit die we bieden.

9.1 Recruitment

Zoals al werd beschreven hebben we ervoor gekozen om in de zomervakantie een tussentijdse werving te starten voor twee nieuwe Denktanks. Door de COVID-19 crisis gaan een hoop projecten voor studenten niet door, waardoor die studenten op zoek gaan naar alternatieven om hun tijd nuttig te besteden. Dat is waar een kans ligt om te groeien voor Enactus Utrecht. De recruitment is van de drie pijlers verreweg het best uitgewerkt. Toch vallen hierin nog aanpassingen te maken. Zo wil ik de leden van de ondernemingen betrekken bij de sollicitatieprocedure. Dat haalt druk weg bij het bestuur én draagt bij aan het gevoel van eigenaarschap voor de leden.

9.2 Learning and development

Zoals wordt beschreven in het strategisch adviesrapport valt er nog veel te verbeteren aan de begeleiding van de leden op individueel niveau. Het afgelopen jaar zijn hier al stappen in gemaakt. Zo krijgen de ondernemingen vanaf september een business-coach uit het alumnetwerk van Enactus Utrecht. Toch lijkt er binnen de ondernemingen nog weinig aandacht uit te gaan naar individuele leerdoelen en de persoonlijke ontwikkeling van leden. Daarom wil ik een werkvorm ontwikkelen waarin revisie en reflectie centraal staat. Omdat het niet haalbaar is om alle leden drie keer per jaar uitgebreid te spreken, wil ik dit doen in samenwerking met de projectcoördinatoren en door middel van bijeenkomsten of workshops.

Volgens het people plan krijgt onze missie om studenten op te leiden tot verantwoorde en ondernemende leiders vorm door de verschillende doorgroeimogelijkheden binnen Enactus Utrecht. Toch blijven leden vaak niet langer dan een jaar lid. Daarom willen we het komende jaar een samenhangend programma ontwikkelen waaruit duidelijk wordt wat de meerwaarde is van een of twee extra jaren bij Enactus Utrecht. Die zal ik in samenwerking met de evenementen en ondernemingen manager ontwikkelen. In dat programma zal ik verantwoordelijk zijn voor het deel dat gaat over de persoonlijke ontwikkeling van de leden. Een pilot-versie hiervan willen we voor de volgende werving af hebben.

9.3 Performance management

Het people plan dat in 2018-2019 werd opgesteld vormt voor de HR-manager het kompas om te helpen de doelen van Enactus Utrecht te behalen en de missie en visie van Enactus te waarborgen. Hoewel het people plan dus een belangrijk document is, staat de pijler performance management er nog niet in. Die wil ik er dus aan toevoegen en in praktijk brengen. Het ontwikkelen en schrijven daarvan wil ik voor de kerst afronden, zodat ik het tijdens de tweede helft van het jaar kan testen en eventueel bijschaven.

Voorgaande jaren is al een start gemaakt met de KPMG-SOFY tool. Die tool geeft Enacti inzicht in waar hun sterke en minder sterke punten liggen, en de ontwikkeling die ze doormaken. Dit jaar wil ik die weer gebruiken. De tool is gemaakt om een meting aan het begin van een Enactus-jaar te maken en aan het eind van het jaar. Dat wil ik uitbreiden door vaker reflectie en revisie momenten in te lassen, zodat leden doelen ook bij kunnen stellen. Verder ben ik van plan om het people plan verder uit te werken en te updaten door bijvoorbeeld de missie en visie daarin uit te breiden.

10) Tijdsschema jaarplan

Met behulp van dit tijdsschema is inzichtelijk gemaakt hoe en wanneer de punten uit dit jaarplan in praktijk worden gebracht. Door het inzichtelijk maken van onze doelen per maand hopen wij aankomend jaar efficiënt te kunnen functioneren volgens de plannen uit dit document.

September	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Introduceren idee impact team
		Teams stimuleren business coaches inzetten
		Pitches R&D budget
		Intervisie van TC met team over ontwikkeling in drie leerlijnen
	Voorzitter	Optimaliseren VGR
		Mogelijkheden uitwisselingsproject verkennen
	Penningmeester	Rekening Bennie + 1.5 meter wijntje
		Uittesten boekhoudprogramma Bkper
	Externe relaties & acquisitie	Brochure waardepropositie partners af
		Lijst maken van partners die aansluiten bij missie Enactus
		Mogelijkheden uitwisselingsproject verkennen
	Evenementen & ondernemingen	Pilot enactus.academy
		Optimaliseren VGR
		Beeld hebben van ondersteuning mbt leerlijnen
Marketing manager	Brochure waardepropositie partners af	
HR-manacoer		
Oktober	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Evaluatieformulier opsturen naar leden - week voor ledeninspraakavond
		Betrokkenheid leden hoog houden in tijden van Corona
		Ondernemingen laten pitchen aanvraag R&D budget
	Penningmeester	Twee dagen to do's en een dag focus op lange termijn doelen
	Externe relaties & acquisitie	Inzicht partners
		Internationale plan uitschrijven
	Evenementen & ondernemingen	Instagram @enactus.academy online zetten met content
		Online events regelen
	Marketing manager	Wervingsplan
	HR-manager	Werving starten

November	Wie?	Maandoelen	
	Bestuur	Stage denktank werven Succesvolle werving neerzetten + mannen werven Ontwikkelingen bestuur pitchen SSC Ondernemingen laten pitchen aanvraag R&D budget	
	Voorzitter	Dashboard maandoelen jaarplan maken Impactmaand geregeld hebben (deel impactmeting mijn verantwoordelijkheid)	
	Penningmeester	Plan voor penningmeester traject uitzetten (incl trainingen hiervoor geregeld) Twee dagen to do's en een dag focus op lange termijn doelen	
	Externe relaties & acquisitie	Woensdag vrijplannen en bezig zijn met lange termijn doelen	
	Evenementen & ondernemingen	Impact maand voorbereiden Behoeft onderzoek Academy uitgevoerd	
	Marketing manager	Wervingsplan uitvoeren Leden betrekken bij de werving	
	HR-manager	Pilotversie persoonlijke ontwikkelingsprogramma af Sollicitatieprocedure verbeteren Contact onderhouden docenten Multitasken in de drukte komende tijd	
	December	Wie?	Maandoelen
		Bestuur	Teams stimuleren om met business coach te zitten Impact maand: TC houdt intervisie met teamgenoten over ontwikkelingen in de leerlijnen Reflecteren hoe succesvol de maandagavond herziening is Ondernemingen laten pitchen aanvraag R&D budget
		Voorzitter	Teamcaptain bijeenkomst
		Penningmeester	Overzetten alle rekeningen naar nieuwe bank (Bunq)
		Externe relaties & acquisitie	Nieuwe premium partner vastleggen Nieuwe ondernemerschapontwikkeling partner vinden (minimaal twee gespreken gevoerd met deze partijen)
Evenementen & ondernemingen			
Marketing manager		Duurzaam merchandise materiaal in huis hebben	
HR-manager		Afronden performance management pijler in people plan	

Januari	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Voor kickstartdag: leerlijnen overzichtelijk weergeven Pitches R&D budget
	Voorzitter	Optimaliseren VGR Presenteren jaarplan tijdens kickstartdag Follow up ondernemingen impactplan
	Penningmeester	Misschien gehele stichting gebruik laten maken van Bkper
	Externe relaties & acquisitie	
	Evenementen & ondernemingen	Follow up ondernemingen impactplan Optimaliseren VGR Voor kickstartdag: invulboekje voor persoonlijke impactmeting leden af
	Marketing manager	
	HR-manager	Voor kickstartdag: invulboekje voor persoonlijke impactmeting leden af
Februari	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Ontwikkelingen bestuur pitchen SSC Pitch voor R&D aanvraag
	Voorzitter	Teamcaptain bijeenkomst
	Penningmeester	
	Externe relaties & acquisitie	
	Evenementen & ondernemingen	Evalueren @enactus.academy
	Marketing manager	Document af over diversiteit binnen Enactus
	HR-manager	
Maart	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Teams stimuleren om met business coach te zitten TC houdt intervisie met teamgenoot over ontwikkeling binnen drie leerlijnen Pitch voor R&D aanvraag
	Voorzitter	Evaluatieformulier opsturen naar leden - week voor ledeninspraakavond

April	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Pitch voor R&D aanvraag
	Voorzitter	Teamcaptain bijeenkomst
	Penningmeester	
	Externe relaties & acquisitie	
	Evenementen & ondernemingen	
	Marketing manager	
	HR-manager	
Mei	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Pitch voor R&D aanvraag
	Voorzitter	Teamcaptain bijeenkomst
	Penningmeester	
	Externe relaties & acquisitie	
	Evenementen & ondernemingen	
	Marketing manager	Maken video werving bestuur
Juni	Wie?	Maandoelen
	Bestuur	Pitch voor R&D aanvraag
		Teams stimuleren om met business coach te zitten
		TC houdt intervisie met teamgenoten over ontwikkeling binnen drie leerlijnen
		Prijsuitreiking impact team + borrel team
	Voorzitter	Teamcaptain bijeenkomst
		Mogelijk uitwisselingsproject uirollen
		Eindevaluatie maken jaarplan
		Kwalitatief eindrapportage maken over input leden
	Penningmeester	Leertraject gedocumenteerd voor penningmeesters bij het begeleiden van leden
	Externe relaties & acquisitie	Alumni landkaart afhebben
		Mogelijk uitwisselingsproject uitrollen
		Evaluëren brochure waardepropositie partners
Evenementen & ondernemingen		
Marketing manager		
HR-manager		