

Beleidsplan Dress for Success 2014/2015

Inhoudsopgave

1.Voorwoord	3
2.Waar staat Dress for Success voor?	5
2.1.Missie	5
2.2.Onze opdracht en toegevoegde waarde	5
3.Beleidsplan	6
3.1.Uitgangspunten	6
3.2.Waarden in de samenwerking	6
3.3.Doelstellingen en acties.....	7
4.Financieel	9
4.1.Uitgangspunten	9
4.2.Bronnen van financiering	9
4.3.Raambegroting 2015 – 2017	9
Bijlage A Bestuur a.i.	10
Bijlage B Inkomend bestuur en portefeuillevdeling	10

1. Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan voor de periode 2014/2015 voor Dress for Success Nederland. Het is een bijzonder document: Het wordt u aangeboden uit naam van het nieuwe bestuur dat aantreedt op 13 juni 2014. Echter wij hadden dit plan niet kunnen opstellen zonder de waardevolle input van het aftredende bestuur. Het is mede dankzij hun inspanningen gedurende het afgelopen jaar, dat wij kunnen starten met een weliswaar ambitieuze maar ook gedragen en herkenbare agenda.

Periode 2013/2014

De periode 2013/ 2014 heeft in het teken gestaan van het terugbrengen van rust in de organisatie en het leggen van een stevig fundament voor toekomstige groei, professionalisering en de ontwikkeling van nieuwe activiteiten. Daarbij is veel aandacht geschonken aan interactie met de winkels en hun besturen om goed te horen wat zij verwachten van het (landelijk) bestuur, de prioriteiten en de vertaling ervan naar actieplannen.

Uitgangspunten

Dit beleidsplan is gebaseerd op een aantal uitgangspunten die (mede) ontleend zijn aan de vele gesprekken die in deze periode plaatsgevonden hebben. De twee belangrijkste uitgangspunten staan hier nog eens opgesomd:

- Vasthouden aan waar we goed in zijn en veranderen waar verbetermogelijkheden liggen. Op deze manier werkt Dress for Success aan een succesvolle en positieve toekomst;
- Groeien en professionaliseren doen we, bestuur en winkels, sámen: door onze expertise en talenten te bundelen worden we sterker.

Evenwicht klant en interne organisatie

Er zijn veel ideeën en initiatieven die als doel hebben (de basis van) onze interne organisatie te verbeteren. Deze zullen we uitvoeren parallel aan onze hoofdopdracht, namelijk het helpen van mensen om met zelfvertrouwen de stap naar de arbeidsmarkt (terug) te maken. De uitdaging zit in het feit dat we onze energie en aandacht goed moeten verdelen: teveel aandacht aan onze klanten zonder de noodzakelijke interne verbeteringen maakt ons niet sterker en zal onze wens tot groei in de toekomst hinderen. Teveel aandacht aan de interne organisatie ondermijnt onze doelstelling om onze klanten goed van dienst te zijn. Kortom: hier ligt een mooie uitdaging voor ons allen.

Externe ontwikkelingen

De wereld om ons heen is m.n. het laatste jaar sterk aan verandering onderhevig. Dit komt niet alleen door bezuinigingen en krappere budgetten bij overheden en fondsen, maar ook door veranderingen van taken bij de geijkte doorverwijzers door de decentralisatie van rijkstaken naar de gemeenten. De situatie op de arbeidsmarkt is nog steeds moeilijk. Mensen verliezen/ verloren hun baan niet zozeer door 'eigen toedoen', maar met name als gevolg van economische maatregelen bij werkgevers. Werkloos zijn is weliswaar niet gemakkelijk, maar het is in maatschappelijk opzicht geen schande om geen werk te hebben en dat moet de route naar Dress for Success gemakkelijker maken.

Het aantal vacatures is drastisch geslonken en dat geldt in het bijzonder voor beroepen die aansluiten bij de doelgroep van Dress for Success-kanten. Tegenover elke vacature staat een veelvoud van gegadigden. Dat maakt dat, naast een passende opleiding en werkervaring, de druk op een goede presentatie van de werkzoekende in zijn/ haar sollicitatie groter wordt. Dress for Success heeft daarin meer te bieden dan alleen het beschikbaar stellen van een nieuwe outfit en kan zijn positie naar deze groep werkzoekenden verstevigen door het aanbieden van een uitgebreider dienstenpakket. Daarnaast zullen we moeten inzetten voor het vergroten van onze zichtbaarheid en vindbaarheid. We zien al dat de winkels zich gereed maken om die ontwikkeling op te pakken.

Nieuwe structuren

Om deze ontwikkeling goed te ondersteunen zijn ook nieuwe –naast de bestaande– (organisatie-) structuren nodig. Met het oog onze ambitie om ook de jongere generatie en andere doelgroepen te bereiken, zullen we moeten investeren in een grotere zichtbaarheid/ vindbaarheid op plekken waar we deze groep(en) kunnen bereiken: op sociale media, platforms en in specifieke netwerken. Door de bestaande werkwijze met nieuwe activiteiten te combineren kan Dress for Success zich in zijn profilering verder verbeteren. Deze veranderingen wil het nieuwe bestuur in actieve dialoog met de besturen van winkels en de coördinatoren en vrijwilligers mogelijk maken.

Wij hebben vertrouwen in de toekomst van Dress for Success en bevelen vanuit dat gevoel dit beleidsplan met warmte aan. Wij rekenen op uw steun en zien er naar uit om onze plannen met u allen te realiseren!

Namens het bestuur,

Anne Blik

Voorzitter

2. Waar staat Dress for Success voor?

2.1. Missie

Dress for Success richt zich op het vergroten van de kansen op economische zelfstandigheid van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt en onvoldoende financiële draagkracht.

Met andere woorden: wij willen mensen die de weg naar de arbeidsmarkt (weer) zoeken met raad en daad bijstaan om die stap met een goed gevoel en zelfvertrouwen te maken. In eerste instantie door hen te voorzien van een passende outfit en in de toekomst zullen de winkels ook in staat zijn om een meer begeleidende rol in het sollicitatietraject van de werkzoekende te vervullen en aanvullende diensten aan te bieden. Waar nodig kunnen we krachten bundelen met andere organisaties: we hoeven immers niet alles alleen te doen of het wiel opnieuw uit te vinden.

2.2. Onze opdracht en toegevoegde waarde

De formule van Dress for Success heeft een toegevoegde waarde ten opzichte van de reguliere re-integratiebureaus en uitkeringsinstanties. Het informele karakter en de lage drempel maken Dress for Success zeer toegankelijk en dit biedt de basis voor een succesvolle “personal shopping“-ervaring waarbij de klant zich op zijn gemak kan voelen. De wijze waarop door de vrijwilligers (impliciet) advies wordt gegeven, heeft gemaakt dat de klant met zelfvertrouwen verschijnt in het sollicitatiegesprek.

De Dress for Success-organisatie heeft de opdracht om zich op het terrein van advies en begeleiding te versterken. Vrijwilligers zullen hier verder in getraind gaan worden. Wij kunnen hiervoor samenwerking zoeken met organisaties/ sponsors die in hun MVO¹-beleid de mogelijkheid hebben om een samenwerking met ons aan te gaan. Het gaat daarbij om professionele training en support zowel aan de medewerkers van Dress for Success als onze klanten. Deze ambitie zal later dit jaar nadere invulling krijgen.

Meer mensen en jongeren kunnen helpen in hun route naar werk betekent wel dat de financiële basis versterkt moet worden. Dit is een opdracht voor zowel de lokale besturen als het landelijk bestuur, uiteraard in een goede afstemming. Dat het een absolute taak is om Dress for Success meer zichtbaarheid te geven en bredere netwerken aan te boren is een vanzelfsprekendheid.

1

[®] MVO, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

3. Beleidsplan

3.1. Uitgangspunten

In de periode 2013/2014 is op veel momenten uitvoerig gesproken over het helder krijgen van de wensen en prioriteiten voor het toekomstig beleid en de wijze waarop de winkels de samenwerking met het bestuur invulling willen geven. De komende jaren staan in het teken van het vertalen van deze uitgangspunten naar concrete projecten en actieplannen met het accent op de dingen gaan verwezenlijken, daadwerkelijk doen.

Het bestuur maakt bij het opstellen van deze 'to do-lijst' gebruik van de uitkomsten van een uitvoerige inventarisatieronde² die in de vorige bestuursperiode plaatsgevonden heeft. De ambities zijn gevarieerd en de lat ligt hoog, en dat verheugt ons. Wij hebben echter gemeend dat het goed is om een keuze te maken waardoor de activiteiten overzichtelijk en te managen zijn; hiermee borgen wij dat zaken voldoende aandacht krijgen en ook daadwerkelijk afgerond kunnen worden (binnen de afgesproken tijdslijnen en budgetten). Voor alle activiteiten wordt in de loop van 2014 een actie- of projectplan opgesteld waardoor de voortgang goed gevolgd kan worden.

3.2. Waarden in de samenwerking

Een beleidsplan is een mooie plek om iets te zeggen over de waarden in de samenwerking binnen een organisatie. Dress for Success is een vrijwilligersorganisatie die ambitieuze doelen nastreeft. Dit stelt eisen aan de manier waarop het bestuur de organisatie wil besturen, met winkelbesturen en vrijwilligers wil communiceren en vanuit welke 'gedrag' het bestuur graag wil samenwerken. Het bestuur heeft daartoe de volgende principes afgesproken:

- **Resultaatgericht werken:** Wij dienen met ons beleid zowel de landelijke doelstellingen als de lokale belangen
- **Helder communiceren:** Wij communiceren in begrijpelijke taal, motiveren onze handelingen en zijn daarop aanspreekbaar.
- **Openstaan voor mensen:** Wij zijn geïnteresseerd in wat mensen drijft (bestuursleden, klanten, vrijwilligers) en staan open voor hun mening.
- **Maatschappelijk bewust:** Wij zijn ons bewust van het belang van een correct imago van onze organisatie en nemen dit aspect mee in ons dagelijks handelen.

3.3. Doelstellingen en acties

In deze paragraaf zijn de doelstellingen en acties opgenomen die het bestuur voorstelt voor de komende periode. De acties dragen bij aan:

- Versterken financiële basis;
- Uitbreiden producten- en dienstenpakket;
- Vergroten zichtbaarheid/ vindbaarheid Dress for Success-winkels
- Professionaliseren interne (verenigings-)organisatie.

Om alle acties overzichtelijk te houden, hebben wij een en ander gerubriceerd en waar mogelijk geclusterd naar de volgende vier thema's:

- Financieel
- Proces
- Klant en stakeholder
- Interne (verenigings-)organisatie, onderverdeeld naar:
 - Winkels en vrijwilligers
 - Communicatie
 - Bestuur en organisatie

Vanuit het bestuur heeft/ krijgt elke actie een verantwoordelijke (uitnodiging aan iedereen om aan te geven waar belangstelling voor is). Onze eerste bestuursvergadering zullen we de acties verdelen. In het najaar wordt u nader geïnformeerd hierover. Een verantwoordelijke bewaakt de voortgang van een actie en informeert het bestuur over de voortgang. Een verantwoordelijke betreft waar nodig andere bestuursleden, vertegenwoordigers van winkels of vrijwilligers.

Financiën

- Ontwikkelen duurzame financiering (met relatie naar ontwikkelvoorstellen voor nieuwe samenwerkingsverbanden/ structuren) met aandacht voor:
 - Landelijke (permanente) fondsenwerving voor activiteiten landelijk (bovenlokaal) en lokaal
 - Sponsorplan (sponsoring in natura, bartering)

Proces

- Doorontwikkelen registratiesysteem

Klant en stakeholder

- Verbeteren zichtbaarheid/ vindbaarheid/ toegankelijkheid Dress for Success-organisatie (landelijk én lokaal)
- Uitbreiding/ professionalisering diensten- en productenaanbod (collecties voor verschillende doelgroepen, sollicitatie- en presentatievaardigheden)
- Onderhouden relaties klant (o.a. wederdiensten, contact onderhouden, ambassadeursrol etc)
- Onderhouden relaties stakeholders (o.a. definiëren relevante netwerkpartners, contacten leggen, samenwerkingsinitiatieven ontwikkelen)
- Onderhouden relatie met Dress for Success WW

- Instellen Comité van Aanbeveling

Interne (verenigings-)organisatie

Winkels en vrijwilligers

- Plannen/ maken kennismakingsronde winkels
- Definiëren toekomstige ontwikkeling winkels (uitstraling, ook gericht op Jongeren 'hip en hot')
- Opstellen intern verbindingsprogramma (communicatie) en meer investeren in de contactpersonen van de winkels/ vrijwilligers
- Ontwikkelen uniform personeelsbeleid t.b.v. de winkels
- Ontwikkelen trainingsprogramma vrijwilligers
- Instellen audit-commissie ten behoeve van toetsing kwaliteit winkels

Communicatie

- Opstellen PR- en communicatiebeleid (intern en extern)
(meerwaarde Dress NL, versterken wij-Dress gevoel, uniformiteit uitstraling, Dress zichtbaar maken met dezelfde boodschap)
Ontwikkelen communicatieformats (huisstijl, key messages – voor landelijk en lokaal gebruik)
- Nieuwe website en inzet sociale media

Bestuur en organisatie

- Structureren, doorontwikkelen en verder toegankelijk maken Dropbox-gebruik
- Ontwikkelen kwartaalrapportagetool³ (ook gerelateerd aan 'Financiën')
- Ontwikkelen beleidsvisie/ meerjarenplan Dress for Success
(met blik op de toekomst en om in te kunnen spelen op maatschappelijke veranderingen)

3

³ In relatie met registratiesysteem en actie Start Foundation die nu samen met Eindhoven en Rotterdam naar aanvullende behoefte(n) kijkt.

4. Financieel

4.1. Uitgangspunten

Voor de financiën hanteren we de volgende uitgangspunten:

- We streven naar een duurzame financiering, zodat we niet afhankelijk zijn van een financieringsbron en zoveel mogelijk gebruik maken van sponsoring in natura
- We doen pas uitgaven als financiering toezeggingen voor betreffende kostenpost binnen zijn
- De vereniging is er voor de winkels en haar activiteiten/kostenposten komen dus zoveel mogelijk ten goede aan de winkels, zoals trainingen voor de vrijwilligers en administratieve ontlasting.

4.2. Bronnen van financiering

- fondsen, die zich richten op de doelgroep van Dress, zoals het Oranjefonds, het Skanfonds en de Start Foundation
- bedrijven, die MVO-programma's hebben gericht op onze doelgroep, zoals Accenture en Cisco
- bedrijven, die diensten verlenen of producten verkopen, die wij nodig hebben en die zij bereid zijn om niet of tegen gereduceerde prijs aan ons te verstrekken
- donaties getriggerd door een actie van ons zoals international Dress-day of als goede doel voor jubilea, afscheidsfeesten e.d., waar de betreffende persoon, Dress een warm hart toedraagt.

4.3. Raambegroting 2015 – 2017

Voor de komende 3 jaar hebben wij per jaar de onderstaande begroting in gedachte. Zoals onder uitgangspunten beschreven komen veel kostenposten terug aan de inkomstenkant, omdat deze gefinancierd worden in natura.

KOSTEN		OPBRENGSTEN	
Officemanager	25.000	Start Foundation	25.000
Huisvestingskosten	3.000	Accenture	25.000
Kantoorkosten	2.500	Flantua	8.500
Administratieve kosten	500	Cisco	6.000
Vergaderkosten	1.500	Diverse andere fondsen en bedrijven	32.500
Website en automatisering	2.500	Donaties en overige inkomsten	5.000
Webmaster	6.000	Lidmaatschap winkels	1.100
PR & Communicatie	2.000		
Doorontwikkeling registratiesysteem	25.000		
Vrijwilligerskosten	4.000		
Trainingsprogramma	20.000		
Accountantskosten	8.500		
Bestuurskosten	1.500		
Licentiekosten	<u>1.100</u>		
Totale kosten	103.100	Totale inkomsten	103.100

Bijlage A Bestuur a.i.

Naam	Functie
Mevrouw A. (Anneke) van Leeuwen	Voorzitter a.i.
Mevrouw W. (Willemijn) van der Meer	Secretaris a.i. en Penningmeester a.i.

Bijlage B Inkomend bestuur en portefeuillevdeling

Naam	Functie	Portefeuille/ aandachtsgebied
Mevrouw A. (Anne) Blik	Voorzitter	
Mevrouw M. (Marjan) van Kasteren	Bestuurlijk Secretaris	
De heer E. (Edo) Jongejan	Penningmeester	
Mevrouw J. (Jellie) Tiemersma	Lid	
De heer B. (Bart) Beek	Lid	