



Strategisch Plan 2014-2017

Dress for Succes Leiden

Inclusief jaarplan 2015

Inhoudsopgave

Inleiding	1
1. Missie, ambitie en waarden	2
2. SWOT	3
3. Strategische koers	4
4. Doelen	6
5. Meerjarenbegroting	7
6. Jaarplan 2015	8



Inleiding

Voor u ligt het strategisch plan van Dress for Succes Leiden. In dit strategisch plan is, vanuit de ambitie, de strategische koers van de stichting Dress for Succes Leiden geformuleerd en vertaald naar concreet te behalen eindresultaten.

Het plan is richtinggevend voor de ontwikkeling van onze winkel in de komende 3 jaar en vormt het vertrekpunt voor het jaarplan en begroting 2015 die tevens in dit plan opgenomen zijn

Het bestuur van de stichting Dress for Succes Leiden i.o.

Dress for Success Leiden
Adres Beatrixstraat 8
2316 RG Leiden
Telefoon winkel 06-14232372

Coördinator Maria Huijts
Telefoon coördinator 06-53417866
E-mail: dressforsuccess-leiden@hotmail.com

1. Missie, visie en ambitie

Missie

Dress for Success Leiden zorgt dat mensen met meer zelfvertrouwen en een goede presentatie op weg gaan om een baan te krijgen.

Visie

We bieden een laagdrempelige, veilige en inspirerende omgeving waarbij een luisterend oor en begrip, goede adviezen, eerlijke feedback en een goede set kleding de succesfactoren zijn. We bieden als dat nodig is ook andere activiteiten voor onze klanten.

Ambitie

We zijn een laagdrempelige winkel waar de klanten tevreden zijn. De kans op succes bij sollicitaties stijgt daardoor significant. De winkel bedient een gestegen en gevarieerder aantal klanten uit het werkgebied en van meer verschillende doorverwijzers. Onze naamsbekendheid is gestegen en onze stakeholders kennen ons profiel goed. Ons assortiment is passend voor onze doelgroep. De stichting is financieel stabiel. We hebben voldoende en competente vrijwilligers die onze toegenomen activiteiten ondersteunen.

2. SWOT

Sterkten

- 1. Kwaliteit advisering**
 - 2. Mooie winkel**
 - 3. Goede bereikbaarheid**
 - 4. Teamgeest vrijwilligers**
 - 5. Klanttevredenheid**
-

Kansen

- 1. Marktpotentieel**
 - 2. Fondsenwerving**
 - 3. Netwerken / samenwerking**
-

Te verbeteren

- 1. Kleding voor jongeren is minder modern en modieus**
 - 2. ICT**
 - 3. Presentaties bij doorverwijzers**
 - 4. Kennis van social media en PR bij vrijwilligers**
 - 5. 2e bezoeken zijn beperkt**
-

Bedreigingen

- 1. Regelgeving (bv fiscaal)**
 - 2. Afhankelijkheid van enkele stakeholders**
 - 3. Concurrentie**
-

3. Strategische koers

Onze strategische koers is:

We streven naar een blijvend hoge klanttevredenheid door goede kleding en kledingadviezen te geven aan onze klanten door een betrokken en deskundig team van vrijwilligers die worden ondersteund door een breed maatschappelijk draagvlak van de netwerken waar we mee samenwerken.

De confrontatie van sterkten en zwakten met kansen en bedreigingen heeft de vier thema's opgeleverd die ons gaan ondersteunen in de strategische koers voor de komende periode:

- Hoge klanttevredenheid
- Kleding
- Team
- Netwerken/Samenwerken

Hieronder volgt een toelichting op de thema's.

1 – Hoge klanttevredenheid

Kernwoorden bij hoge klanttevredenheid: empathie, nazorg, goed getrainde vrijwilligers, deskundig, goed imago, mond tot mond reclame

Acties:

- Goede advisering en gastvrije benadering
- Mooie, moderne en gevarieerde kleding
- Representatieve winkel die goed bereikbaar is.

2 – Kleding

Kernwoorden bij kleding: kwaliteit, inkoop, kleine maten, particulieren, bedrijven, waardering voor goede kledingbrengers

Acties:

- Uitbreiding kledingleveranciers
- Visie ontwikkelen op winkelassortiment

3 – Team

Kernwoorden bij team: Diversiteit, waardering, sfeer, profiel, vakkennis, trainer, samenwerken

Acties:

- Kwaliteit hooghouden door kennisdelen
- Leren van elkaar
- Wervingsbeleid
- Successen vieren/voldoening

4 - Netwerk/Samenwerken

Kernwoorden bij netwerken/samenwerken: communicatie, lid worden, huisstijl, social media, profiel

Acties:

- Presentaties voor doorverwijzers
- Participeren in netwerken / het kennen van netwerken

4. Doelen 2014-2017

	2014	Onze doelen voor 2017 zijn:
Aantal klanten:	200 per jaar	400 per jaar
Financieel Budget:	€ 30.000,-	€ 60.000,-
Uren coördinator:	8 uur per week	20 uur per week
Succesratio:	~ 40%	60%
Klanttevredenheid:	8	9
Dagdelen open	3	6

5. Meerjarenbegroting (inclusief begroting 2015)

	Prognose 2014	Begroting 2015	Begroting 2016	Begroting 2017
Uitgaven				
Personeelskosten				
Dagelijkse coördinatie	17.490	13.300	20.000	26.600
Projectcoördinatie professionalisering		18.000	14.000	
Vrijwilligerskosten	1.400	1.500	2.000	2.500
Reis- en verblijfkosten	150	250	300	350
Huur winkel				
Huisvestingskosten*	10.290	10.300	10.300	10.300
Energie en verwarming en belastingen*	700	1.000	1.200	1.400
Verzekeringen	125	150	175	200
Schoonmaakkosten	50	100	150	200
Overige huisvestingskosten	30	100	150	200
Organisatiekosten				
Verzorging kleding	900	1.000	1.200	1.400
Aanvulling kleding		2.500	3.000	4.800
Kantoorartikelen	645	750	975	1.200
Deskundigheidsbevordering vrijwilligers	0	800	1.000	1.200
Activiteitenkosten	260	1.000	1.100	1.200
PR	0	1.500	1.600	1.700
Telefoon + internet	400	500	600	700
ICT infrastructuur	1.050	500	600	700
Totaal uitgaven	33.490	53.250	58.350	54.650
Dekking subsidies / sponsoring / fondsen				
Gemeenten	21.000	21.000	21.000	21.000
Bijdrage woningcorporaties huisvesting	10.990	11.300	11.500	11.700
Aanvraag Skanfonds		18.000	14.000	
Diverse gemeenten regio - te verwerven	0	2.000	6.000	10.000
Diverse inkomsten en bijdragen - te verwerven	1.500	1.000	6.000	12.000
Totaal dekking	33.490	53.300	58.500	54.700
Resultaat	0	50	150	50

6. Jaarplan 2015

Hoge klanttevredenheid: Groei realiseren

- Skan fonds project professionalisering realiseren
- Uitbreiden aantal dagdelen open van 3 naar 4
- Groei naar 250 klanten

Kleding: Verbreden en vergroten

- vaste kern van kleding sponsors werven
- Breder aanbod kleding, met name voor jongere doelgroepen

Team: Stevige kwalitatieve en kwantitatieve basis

- Lokale deelname aan trainingsprogramma DfS winkels van Dress NL
- Groei aantal vrijwilligers met 3

Netwerken/Samenwerken: Toename bekendheid en stevige financiële basis

- Communicatieplan opstellen en uitvoeren
- Website aansluiten op DfS NL
- Sponsorwerving: doel euro 1.000 voor 2015 en euro 6.000 voor 2016
- Naamsbekendheid vergroten, netwerk benoemen, uitbouwen en structureel onderhouden

Daarnaast zal het bestuur werken aan een goede verantwoording door bij te sturen op basis van de prestatie indicatoren in een periodieke evaluatie.