Ryan de Waal & Demi Dijkstra

Sportkunde Explorerende stage  Q-point

marketinsplan Q-point

Inhoud

[**Inleiding** 2](#_Toc10545974)

[**1.** **Theoretisch kader en onderzoeksverantwoording** 3](#_Toc10545975)

[1.1 ComNow 3](#_Toc10545976)

[1.2 Evenementenbureau Deltion Zwolle 3](#_Toc10545977)

[1.3 HAN Nijmegen 4](#_Toc10545978)

[1.4 SportEve Landstede 4](#_Toc10545979)

[1.5 Hanzehogeschool Groningen 5](#_Toc10545980)

[**2.** **7S strategie** 6](#_Toc10545981)

[2.1 Shared values (gedeelde waarde) 7](#_Toc10545982)

[2.2 Strategy (strategie) 7](#_Toc10545983)

[2.3 Structure (structuur) 7](#_Toc10545984)

[2.4 Systems (systemen) 8](#_Toc10545985)

[2.5 Staff (personeel) 8](#_Toc10545986)

[2.6 Skills (shared values) 9](#_Toc10545987)

[**3.** **Advies** 10](#_Toc10545988)

[3.1 Bouwen op bestaande contacten 10](#_Toc10545989)

[3.2 Betaald worden uit het onderwijs 10](#_Toc10545990)

[3.3 Inzetten van een nieuwsbrief 10](#_Toc10545991)

[3.4 Eigen site inzetten 11](#_Toc10545992)

[3.5 Aanbod verbreden/vergroten 11](#_Toc10545993)

[**4.** Nieuwsbrief voor windesheim netwerken 12](#_Toc10545994)

# **Inleiding**

Dit marketingsadvies is geschreven naar aanleiding van de explorerende stage aan de opleiding Sportkunde aan de Hogeschool Windesheim. Dit in opdracht van leerbedrijf Q-point. Van Januari 2019 tot en met Juni 2019 zijn wij als tweetal bezig geweest met het opstellen van dit marketingadvies.

Voor de explorerende stage van het tweede semester (jaar 2) hebben wij als stagelopers drie verschillende opdrachten gekregen. Opdracht één is het organiseren van een zeskamp voor het Isala ziekenhuis in Zwolle. Opdracht twee is het organiseren van een highlandgames evenement voor studentenvereniging ZHTC. Opdracht drie is het maken van een marketingplan voor Q-point.

 De opdracht gekregen om een marketingplan te schrijven voor Q-point. Ons doel is om een rapport te schrijven waardoor Q-point zijn horizon kan verbreiden en zo met frisse moed de toekomst tegemoet kan gaan. Het leerbedrijf is op het moment nog erg klein. Q-point wil aan de hand van ons marketingplan groeien zodat zij in de toekomst kunnen uitbreiden. Ze lopen nu met het probleem dat er een hoop activiteiten/evenementen op de plank liggen, maar dat deze niet altijd aangeboden kunnen worden. Ook werkt Q-point vaak met jaarlijks terugkerende partners. Het leerbedrijf zou graag zijn horizon verbreiden door samenwerkingen aan te gaan met onbekende partijen. Met dit advies willen wij dat Q-point betere inzichten krijgt over hun bestaan en groeimogelijkheden. Ons hoofddoel zal zijn: een marketingsadvies voor Q-point schrijven.

# **Theoretisch kader en onderzoeksverantwoording**

De verschillende methoden die we gebruikt hebben zijn field en deskresearch. Voor onze fieldresearch zijn we verschillende instanties gaan bezoeken om daar in gesprek met hun te gaan. Door fieldresearch  denken wij de meest betrouwbare informatie te verzamelen.

Wij hebben fieldresearch gedaan bij ComNow en het evenementenbureau van Deltion.

## 1.1 ComNow

Comnow is een leerwerkbedrijf dat is gevestigd in het X-gebouw op Windesheim Zwolle. Het is een plek waar studenten in de leer gaan over van alles wat te maken heeft met communicatie. Wij hebben hier gesproken met projectleider Harm de Jong. In het gesprek met Harm vertelde hij dat ComNow een leerwerkbedrijf is. Door een leerwerkbedrijf te zijn heeft ComNow veel meer voordelen dat een leerbedrijf als Q-point. Ze mogen bijvoorbeeld wel wervend bezig zijn en een eigen website hebben.  Zo kunnen ze makkelijker in contact komen met de buitenwereld. Ook is het verschil dat de studenten die daar leren/werken iets kunnen verdienen. Ze krijgen bijvoorbeeld de taak om een opdracht voor minimaal 500 euro binnen te halen. Mocht het de studenten lukken om een opdracht voor 800 euro binnen te slepen dan mogen zei het resterende bedrag (300) verdelen over de projectgroep.  In een kort overleg gaf hij ons punten waar wij als Q-point zijnde aan zouden kunnen werken. Hij vertelde dat we de gaten in het systeem moesten zoeken. Wat is nou wel en wat is nou niet toegestaan als leerbedrijf? Zijn voornaamste tip was om bestaande netwerken te gebruiken. Zowel die van Q-point als die van Windesheim. Bouwen op bestaande relaties vond hij heel belangrijk.

Conclusie:

* Bouwen op bestaande contacten
* Opties bekijken voor leerwerkbedrijf
* Betaald uit onderwijs

## 1.2 Evenementenbureau Deltion Zwolle

Evenementenbureau Deltion is gevestigd boven aan de plaza in het Deltion gebouw.  Via dit bureau worden alle projecten binnen Deltion aangestuurd. Externe partijen melden zich hier en laten hun plannen horen. Het evenementenbureau kijkt dan vervolgens of er aan het project iets geleerd kan worden door de studenten. Zit er onderwijs in het project? Dan verwijst het bureau de externe partij aan een bepaalde opleiding om het project in werking te zetten.

 Bij het gesprek op Deltion hebben wij gepraat met Eduard Boermans. Hij is de coördinator die over alle projecten binnen de school gaat. Bij hem komen altijd eerst de verzoeken binnen voordat ze worden doorgestuurd naar de desbetreffende opleidingen. Evenementenbureau Deltion is net zoals Q-point een leerbedrijf. Zij mogen dus ook geen eigen site of wervend bezig zijn. Wel liet Eduard ons manieren zien hoe we het beste externe partijen konden ‘’werven’’. Via de website van Deltion kon je op bepaalde sites komen waar je aanvragen via een formulier kon doen. Een eigen ontwerp voor een site maar wel via de hoofdsite (deletion.nl) beveelde hij dan ook erg aan. Net als Harm de jong vertelde Eduard dat we ons erg moesten focussen op de bestaande contacten/netwerken. acquisitie plegen bij grote bedrijven vond hij niet heel slim. Je zou dan gaan vissen in dezelfde vijver als ieder ander. Een nieuwsbrief vond hij een subtiele manier om de informatie te verspreidden. Zo maak je ‘’reclame’’ op een hele subtiele manier.

Conclusie:

* Eigen netwerken gebruiken
* Nieuwsbrief
* Betaald uit onderwijs
* ‘’eigen’’ site

## 1.3 HAN Nijmegen

HAN Nijmegen werkt niet zoals Windesheim met een evenementenbureau. De school biedt dus wel de opleiding Sportkunde aan maar dan wel zonder een evenementenbureau. Op de HAN hebben wij een gesprek gehad met Walter Leurink. Hij is docent Sportkunde maar begeleid en stuurt ook zijn leerlingen aan in het uitvoeren van evenement activiteiten. Walter vertelde ons dat zijn studenten zich op een soort evenementenmarkt kunnen oriënteren. Ze kiezen dan op deze markt aan welke opdracht ze willen werken. Leerlingen mogen ook zelf met opdrachten komen mochten deze passen binnen de gestelde kaders.

 Het gesprek met Walter heeft ons nieuwe inzichten gegeven. Doordat leerlingen zelf ook met eigen voorstellen komen wordt hun visie breder. Zo vertelde Walter dat sommige leerlingen een gezonde dag organiseerde voor een groot bedrijf. Lekker sporten met een gezonde lunch. Uiteraard met wat belangrijke informatie over een gezonde lifestyle.

 Net als ieder ander kwam Walter met het idee om binnen bestaande netwerken te gaan zoeken naar nieuwe zakenpartners.

Conclusie:

* Zoeken in eigen netwerk
* Aanbod verbreden/veranderen
* Betaald uit onderwijs (aantal uren worden verdeeld onder ondersteunende docenten)

## 1.4 SportEve Landstede

SportEve is een erkend leerbedrijf en bestaat al 13 jaar. Het evenementenbureau is gevestigd binnen de school Landstede in Zwolle. SportEve heeft nog twee andere locaties in Harderwijk en Raalte. Binnen SportEve heb ik een gesprek gehad met drie stagairs en de coördinator van de organisatie.

SportEve gaat zo te werk:

3e en 4e jaars lopen stage bij SportEve. Welke sportopleiding maakt niet uit omdat iedereen moet worden opgeleid tot combinatiefunctionaris. Elke opleiding (voor ons LO, PMT & SK) moet beschikken over lesgeefvaardigheden en organisatievaardigheden. Het leerbedrijf werkt met vrijwel alleen aanvragen. Op de landstede site staat een contactformulier waar hevig gebruik van wordt gemaakt door de buitenwereld. Het afgelopen jaar (2018) hebben ze 101 aanvragen binnen gekregen. Sportieve heeft binnen Zwolle ongelofelijk veel connecties. Ze werken nauw samen met verschillende scholen en met sportservice Zwolle. Hun netwerk is dus enorm groot. Mochten er niet genoeg aanvragen zijn om iedereen aan het werk te houden dan gaan ze acquisitie plegen. Ze maken dan gebruik van hun eigen netwerk met de vraag of ze iets voor elkaar zouden kunnen betekenen. De stagairs bij SportEve krijgen geen vergoeding. Om SportEve een evenement te laten organiseren kost je 50 euro. De coördinator van het leerbedrijf wordt betaald uit het onderwijs en niet per opdracht.

Conclusie:

* Eigen netwerken gebruiken
* Aanbod verbreden
* Betaald uit onderwijs

## Hanzehogeschool Groningen

Hanzehogeschool Groningen heeft momenteel geen evenementenbureau meer, wel hebben ze die eerder altijd. We hebben met deze school hier telefonisch gesprek over gehad hoe dit eerder ging. Ze keken naar de opdracht die ze hadden ontvangen of er een groep/klas mee aan de slag kon gaan, zo ja, werd het doorgestuurd naar de groep die het gaat uitvoeren en lag de verantwoordelijkheid bij hun. Ze hebben voor elk student een stagebegeleider, daar wordt dus alles apart gedaan per individu. Er was niet een officieel evenementenbureau, externe partijen konden hun verzoek aanvragen bij de school en die gingen kijken of er een klas voor is. Er was dus niet iemand zoals hoe we het bij ons op school zien zoals Ryanne en Nico. Er was alleen een persoon die de verzoeken gingen door versturen. Groningen werkte dus vooral met de contacten die ze van de school zelf hadden en niet specifiek van het ‘evenementenbureau’. De tip die wij kregen van hun was ook de netwerken van Windesheim zelf te onderzoeken en kijken of we daar iets mee konden doen.

Conclusie:

* Netwerk van Windesheim gebruiken
* Meer werken met aanvragen/aanvragen belangrijk maken

# **7S strategie**

Om een beter beeld te krijgen van de organisatie Q-point hebben wij het 7S model van McKinsey gebruikt. Doormiddel van het model kan er een interne analyse worden gemaakt van de organisatie. Volgens McKinsey is een organisatie/bedrijf onder te verdelen in 7 factoren. Bij een optimale bedrijfsvoering zijn al de 7 factoren in evenwicht. In het 7S model worden de volgende punten behandeld:

* Strategy (strategie)
* Structure (structuur)
* Systems (systemen)
* Style (managementstijl)
* Staff (personeel)
* Skills (sleutelvaardigheden)
* Shared values (gedeelde waarden)

**Harde factoren 7S model**

Harde factoren in het 7S model zijn makkelijker om te identificeren en te veranderen dan de zachte factoren. Harde factoren zijn zaken die je kan bedenken en uitvoeren, zoals het maken van een strategisch plan, de organisatie in kaart brengen en formele processen uitwerken.

*Strategy, structure, systems (strategie, structuur, systemen)*

**Zachte factoren 7S model**

De 4 zachte factoren die in het 7S model benoemd worden zijn moeilijk om te vatten, en daarom ook moeilijker om te beïnvloeden. De zachte factoren hebben vooral te maken met de bedrijfscultuur. Dit zijn zaken die alleen te beïnvloeden zijn en niet kunnen worden opgelegd.

*Shared values, skills, staff,style (gedeelde waarde, sleutelvaardigheden,personeel,managementstijl)*

## 2.1 Shared values (gedeelde waarde)

Het onderling verbindende centrum van McKinsey’s 7S model zijn de gedeelde waarden. Dit is de centrale overtuiging en houding waar de onderneming voor staat en in gelooft.

Q-point bedrijft de volgende visie:

Iedere student moet de mogelijkheid krijgen om zich op elk gewenst niveau te kunnen door ontwikkelen in het kader van zijn/haar opleiding in betekenisvolle opdrachten geïnitieerd vanuit het werkveld.

Iedereen die stageloopt bij Q-point is zich van deze visie bewust. Iedereen weet/snapt dat ze hier stagelopen voor hun eigen ontwikkeling. Q-point is een perfecte stageplek voor een Sportkunde student doordat hier veel beroepstaken van een Sportkundige nodig zijn om tot een gewenst resultaat te komen.

 Het leerbedrijf is zowel een resultaatgerichte als een procesgerichte cultuur. Dit is omdat de stagelopers zowel op hun resultaat als hun proces worden getoetst.

## 2.2 Strategy (strategie)

De strategie betreft de doelstellingen van een organisatie en de wegen waarlangs de organisatie deze denkt te bereiken.

Q-point heeft de volgende missie: Het streven naar een optimale afstemming tussen de vraag en aanbod tussen studenten, opleiding en werkveld.

De volgende doelstellingen zijn gemaakt voor de komende vier jaren.

1. Intermediair zijn voor (profilerings)opdrachten en betaalde opdrachten van zowel interne als externe opdrachtgevers en de studenten van S&B, LO en PMT.
2. Q-point is een stagebiedende organisatie voor studenten van S&B.
3. Opdrachten die bij Q-point binnenkomen koppelen aan onderwijs/leerprocessen.
4. Minimaal break-even spelen.

## 2.3 Structure (structuur)

De structuur van een organisatie betreft de verdeling en groepering van taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden in een afgestemde ordening van uitvoerende activiteiten en functies.

Q-point bestaat uit twee stageleiders:

* Nico Drost
* Ryanne Burghart

Zij zijn het hart van Q-point. Alles wat binnen komt, naar buiten gaat, gebeurd via hun. Ook zullen zij de stagairs beoordelen over hun resultaten en ontwikkeling.

Verder bestaat Q-point uit een aantal stagairs. Dit aantal is afhankelijk van het aantal opdrachten die er openliggen om te worden opgepakt. De stagairs zullen volledig verantwoordelijk zijn voor het evenement wat ze zelf zullen organiseren. Uiteraard is er hulp en sturing vanuit Nico en Ryanne.

## 2.4 Systems (systemen)

De systemen omvatten alle formele en informele werkwijzen, procedures, voorschriften en afspraken. Het is van belang dat de uitvoering wordt vergeleken met de vastgestelde standaards om vervolgens de verschillen te identificeren. Zijn er grote verschillen? Dan moeten er maatregelen genomen worden binnen de organisatie.

Binnen Q-point wordt er gewerkt met een aantal systemen. Maandag ochtend is er altijd een bespreking om vragen te stellen en de planning voor de komende stageweek door te bespreken. Dit wordt gedaan zodat de stagairs duidelijkheid hebben voor de komende week.

Een ander systeem is het zelf bijhouden van de uren. Volgens de Sportkunde stagereader moet een student minimaal 288/336 aantal uur stagelopen om zijn 12 studiepunten te verdienen. Binnen Q-point zijn de stagairs zelfverantwoordelijk voor hun eigen uren. Ze moeten dit zelf per dag noteren.

## 2.5 Staff (personeel)

Het personeel verwijst naar een aantal zaken. Enerzijds zijn dat zaken als afwezigheid, verzuim en het opleidingsniveau. Anderzijds betreft het abstractere zaken zoals motivatie en flexibiliteit van de medewerkers.

Binnen Q-point zijn er twee stagebegeleiders.

* Nico Drost (man)
* Ryanne Burghart (vrouw)

Dit zijn de twee belangrijkste personen binnen Q-point. Zij zijn de personen die alle stageplekken en opdrachten regelen voor de stagairs.

Ze zijn heel coachend in hun manier van leidinggeven. Zo wordt er niet gezegd ‘’je moet dit doen’’ maar eerder ‘’je zou dit kunnen doen’’. Ook kan je heel makkelijk contact maken met de stagebegeleiders.

## 2.6 Skills (shared values)

Sleutelvaardigheden gaan over de vraag: Wat doet de eigen onderneming schitteren? Waarin is de onderneming goed?

Q-point is een hele goede begin plek om je als Sportkunde student te ontwikkelen en oriënteren. Je leert er een hoop en je kan makkelijk de theorie van de lessen in de praktijk toepassen. Dit is omdat veel vakken naadloos aansluiten bij leerbedrijf Q-point. Binnen Q-point werk je bijna altijd met een partner. Dit is voor vele een positieve ervaring omdat het vaak iemand zijn 1e stageplek is. Het kan enorm spannend zijn om alleen op een opdracht gezet te worden.

Binnen de organisatie hebben de medewerkers een grote vrijheid van handelen. Vaak zijn er al voorbeelden van evenementen van het jaar daarvoor. Hierdoor worden de studenten getriggerd om hun creatieve manier van denken te ontwikkelen. Dit omdat er van tevoren duidelijk word gemaakt dat de stagebegeleiders de eigen inbreng in het event willen zien. Omdat vrijwel iedereen nog onervaren is op dit gebied is er wel een zekere sturing vanuit Nico en Ryanne. Deze sturing wordt coachend gedaan.

Doordat Q-point een leerbedrijf van Windesheim is kan er makkelijk gebruik gemaakt worden van de studenten. Zo worden er jaarlijks barometeruren aangeboden aan de 1e jaars Sportkunde studenten. De 1e jaars studenten mogen dan helpen bij een evenement wat georganiseerd wordt vanuit Q-point. Denk hierbij aan de pieten die nodig zijn voor het Sinterklaasfeest en voor de ouderejaars komen er weer stageplekken vrij.

# **Advies**

In dit hoofdstuk willen wij de belangrijkste punten uit ons onderzoek halen wat kan leiden tot het uitbreiden/vergroten van de organisatie Q-point. Dit advies is gebaseerd op de meningen en de manier van handelen van verschillende hogescholen en projectbureaus.

Hierbij een lijst van adviezen van de hogescholen en projectbureaus:

* Bouwen op bestaande contacten
* Betaald worden uit onderwijs
* Inzetten van een nieuwsbrief
* Een eigen site inzetten
* Aanbod verbreden/vergroten
* Netwerk CALO gebruiken (stageorganisaties)
* Netwerk Windesheim gebruiken

Hierbij een lijst met adviezen die in onze optiek heel belangrijk zijn voor het bestaan van Q-point.

## 3.1 Bouwen op bestaande contacten

Het bouwen op bestaande contacten is een belangrijk punt. Q-point is nog vrij klein en moet er dus alles aan doen om de contacten die ze nu hebben te behouden. Denk hierbij aan het Isala ziekenhuis of de Rova. Dit zijn organisaties die tot nu toe elk jaar terugkomen en beroep doen op de organisatieskills van Q-point. Het is belangrijk om deze contacten te behouden om de organisatie zo gezond mogelijk te houden.

## 3.2 Betaald worden uit het onderwijs

Betaald worden vanuit het onderwijs zou een ideale situatie zijn. Doordat de inkomsten voor de stagebegeleiders dan vast zijn kunnen de prijzen voor het organiseren van een evenement naar beneden. Een voorbeeld hiervan is projectbureau SportEve op Landstede. Hierbij word de stagebegeleider betaald vanuit het onderwijs. Hierdoor kan SportEve een bedrag van 50,- vragen voor het organiseren van een sportevent. Doordat de kosten dan lager komen te liggen voor de externe partijen zal het voor hen veel aantrekkelijker worden om een event door Q-point te laten organiseren.

## 3.3 Inzetten van een nieuwsbrief

Het inzetten van een nieuwsbrief is een subtiele manier om naam te maken bij externe partijen. In deze nieuwsbrief kan worden verteld wat Q-point is en wat het te bieden heeft. Voor een relatief lage prijs kan er een mooi evenement worden opgezet waarbij studenten ook nog eens veel kunnen leren. Wij hebben gesproken met de afdeling PR en Communicatie van Windesheim en hebben ervoor gezorgd dat er een nieuwsbrief rondgestuurd kan worden naar alle contacten van Windesheim en van de CALO. Op deze manier komen we in contact met de bestaande netwerken van school. Dit betekend dat de bedrijven/organisaties al in contact zijn met Windesheim waardoor de stap naar Q-point veel makkelijker is.

## 3.4 Eigen site inzetten

In de ideale situatie heeft Q-point een eigen website met een eigen logo. Volgens de regels mag Q-point niet beschikken over een eigen website. Wel mag Q-point een eigen pagina hebben op de Windesheim site. Deze pagina moet goed up to date zijn en moet beschikken over een aanmeldformulier. Ook is het belangrijk dat er een online agenda komt zodat men kan zien waar Q-point zich mee bezig houdt.

## 3.5 Aanbod verbreden/vergroten

Q-point heeft momenteel een aantal activiteiten/evenement die het kan aanbieden. Dit aanbod kan zijn verouderd waardoor het niet aantrekkelijk is voor externe partijen om een samenwerking met Q-point aan te gaan. Door in het aanmeldformulier ruimte te geven voor nieuwe ideeën van de externe partijen kan dit aanbod worden vergroot. Q-point kan deze nieuwe ideeën zich eigen maken waardoor er weer een groter aanbod ontstaat.

# **Nieuwsbrief voor Windesheim netwerken**

Beste Heer/Mevrouw,

Q-point, het projectbureau Bewegen en Sport, brengt organisaties op het gebied van sport en bewegen in contact met studenten van de Calo.

Je kunt tegen een voordelig tarief studenten met kennis van het vakgebied sport en bewegen inschakelen voor een (stage)opdracht of onderzoek. De studenten volgen een van onderstaande opleidingen: · Lerarenopleiding Lichamelijke Opvoeding · Sportkunde · Psychomotorische Therapie en Bewegingsagogie

Producten

De producten worden georganiseerd in samenwerking met studenten van de CALO die stage lopen bij Q-point.

Naast samenwerking met het werkveld door middel van stages en (betaalde) opdrachten biedt Q-point diverse producten aan, zoals blacklight-evenementen, kin-ballworkshops en sportieve bedrijfsuitjes. Ook organiseren wij events voor organisaties, bijvoorbeeld een sinterklaasfeest.

Jij biedt ons...

Onze studenten komen door uw opdrachten direct in aanraking met hun toekomstige werkveld en kunnen zich zo op verschillende niveaus ontwikkelen. Door onderzoek te doen samen met het werkveld, verzamelen wij nieuwe kennis op het vlak van sport en bewegen en kunnen wij dit terug laten vloeien in ons onderwijs.

Kosten

Doordat we studenten inzetten, kunnen wij de sportieve bedrijfsuitje organiseren tegen relatief lage tarieven. Kosten zijn in overleg.

Meer weten?

Wil je graag gebruikmaken van onze producten en diensten of heb je een leuke opdracht voor een student van de Calo? Vul dan het aanvraagformulier in en mail dit naar q-point@windesheim.nl. Je kunt ons ook bellen via het telefoonnummer: 088 - 469 90 91. Heeft u nog vragen? Kunt u ook altijd even bellen of mailen, voor meer informatie kunt u ook altijd even op de Windesheim site kijken.

Met vriendelijke groet,

Projectenbureau Q-point