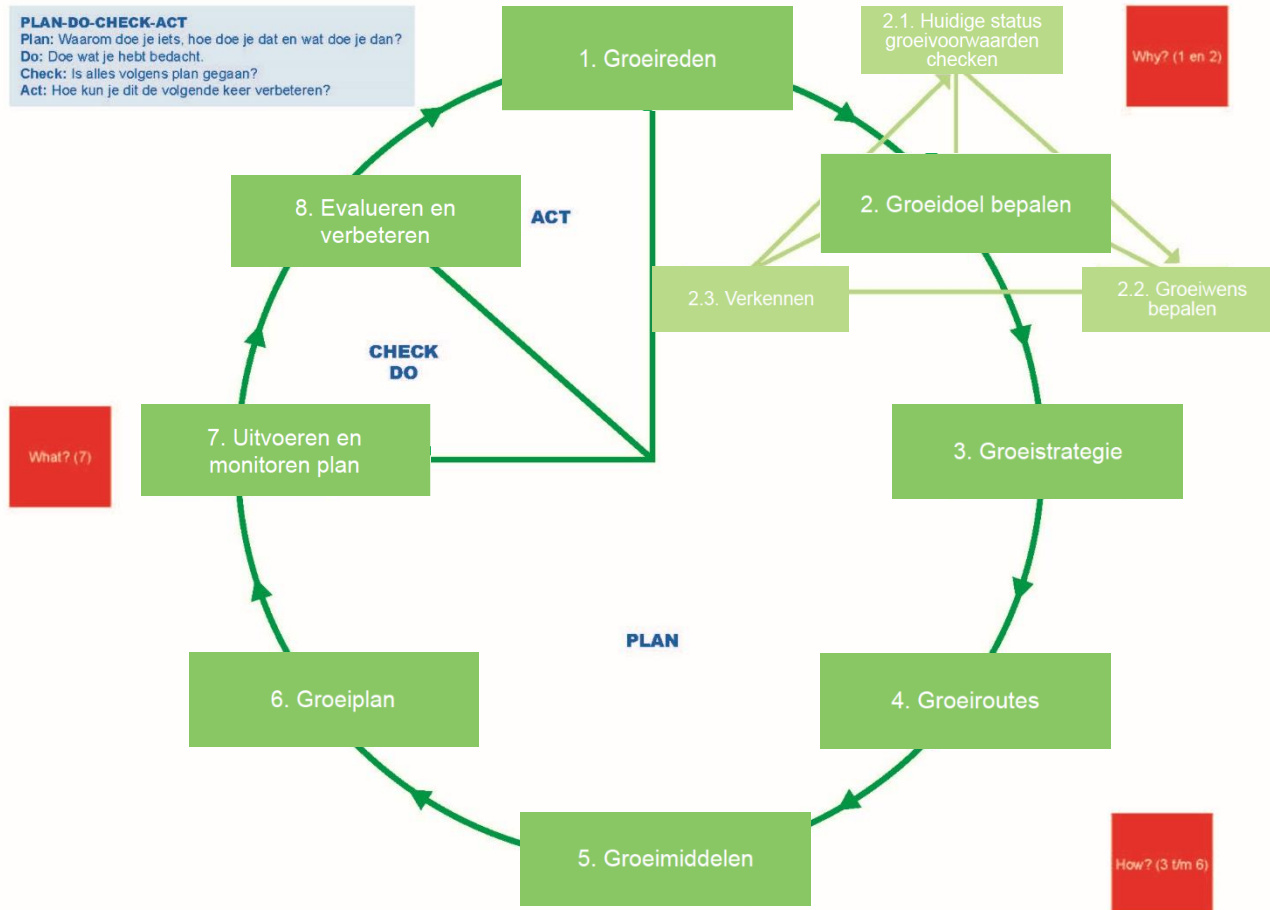


Groeicirkel (versie 3.0)



- Daar waar gesproken wordt van 'Groep' kan natuurlijk ook vereniging, stichting, regio of kring worden gelezen.
- Alle woorden in **Rood** zijn als downloads beschikbaar via www.scouting.nl , meer downloads zijn beschikbaar via het groeiplatform.
- De groeicirkel is ontwikkeld voor de **groei van leden en vrijwilligers**. Vrijwilligers maken vaak onderdeel uit van deze groei, maar het betekent wel dat bijvoorbeeld groei in een regio gaat over het meer leden bij de regioactiviteiten/-trainingen krijgen (niet primair over meer regiovrijwilligers).
- De groeicirkel kan ook worden toegepast voor groei van het totaal aantal leden bij groepen in bijvoorbeeld de regio, maar dat vraagt wel een eigen vertaalslag naar de ondersteuning van de groepen in die regio.
- Ondersteuning kan je aanvragen bij groeiteam@scouting.nl of je gaat zelf met de handleiding aan de slag. Voor het verkrijgen van de handleiding dien je je aan te sluiten bij het groeiplatform. Ok dat kan d.m.v. een mailtje naar groeiteam@scouting.nl

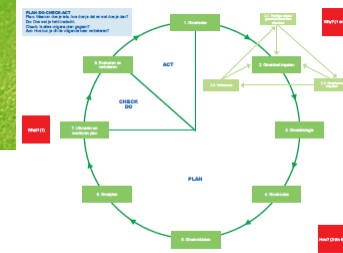
Groeicirkel



0 Introductie in de groep

- Waarom met een groeitraject starten?
- Waarom groeien met de groeicirkel?
- De rol van externe groeibegeleider/groeiteam
- Deelname aan het groeiplatform.
- Samenwerking binnen de groep.
- Samenwerking met andere groepen.
- Ons eigen “groeiteam”
- Tijdsinvestering

1. Groeireden



VRAAG

Welke reden ligt ten grondslag aan de behoefte aan of weerstand tegen groei?

Wie willen jullie als groep zijn? Waarom bestaan jullie eigenlijk?

ACTIE

Behoefte of weerstand:

1. We willen groeien omdat....
2. We moeten groeien omdat.....
3. We weten nog niet of we willen of moeten groeien omdat.....
4. We willen en hoeven niet te groeien omdat....

RESULTAAT

Groepen die willen groeien (1) gaan door naar de volgende stap in de groeicirkel.

Groepen die moeten groeien (2) maken een vertaalslag van moeten naar willen (1) om vervolgens door te gaan naar de volgende stap in de groeicirkel.

Groepen die nog niet weten of ze willen of moeten groeien (3) zijn zich nog niet bewust van de noodzaak, maken een vertaalslag naar (2) en vervolgens naar (1). Daarna gaan ze naar de volgende stap in de groeicirkel.

Groepen die niet willen en niet hoeven te groeien maken een bewuste keuze om niet aan de slag te gaan met groei.

TIPS & TOOLS

- Probeer met je gehele groep de vraag bovenaan deze slide te beantwoorden en daardoor draagvlak te creëren voor groei.
- **Methode Sven en Eva**

2. Groeidoel bepalen

Het groeidoel bepalen, gebeurt in drie stappen die achter elkaar genomen worden en meerdere keren terug komen. Vanuit de huidige status komt een groeiwens naar voren die op (on)mogelijkheden wordt getoetst in de verkenning, waarna er een groeidoel ontstaat. Groeiwensen en Groeidoelen lopen gedurende dit proces een beetje door elkaar, net zo lang totdat vanuit de voorwaarden en het verkennen de groeidoelen duidelijk worden.



Deze fase bestaat uit de volgende stappen:

- 2.1 Huidige status
- 2.2 Groeiwens formuleren
- 2.3 Verkennen

VRAAG

Hoe ziet je groeidoel per groeivoorwaarde eruit?

ACTIE

Formuleer per voorwaarde de kwalitatieve en kwantitatieve groeidoelen (het hoeft niet zo te zijn dat voor elke voorwaarde een groeiwens nodig is!).

RESULTAAT

De groeidoelen zijn duidelijk en geven energie bij de groep om er mee aan de slag te gaan.

2.1 Groeidoel: Huidige status



VRAAG

Hoe staat jouw groep ervoor als het gaat om de vijf belangrijkste voorwaarden voor groei?

ACTIE

Met de volgende groeivoorwaarden (gebaseerd op de succesfactoren (SF) van het programma Groepsontwikkeling) kan de huidige status getoetst worden:

1. Groei-ambitie (SF: Bestuur): *De groep heeft (of ontwikkelt) gezamenlijk de ambitie om al dan niet samen met andere groepen in buurt te groeien.*
2. Groeipotentie (SF: Spel & leden): *Er zijn voldoende potentiële leden in de buurt van de groep om te groeien.*
3. Groeipotentie (SF: Vrijwilligers): *De groep heeft (of krijgt) genoeg kwalitatief goede vrijwilligers om te groeien.*
4. Financiële mogelijkheden (SF: Financiën): *De groep heeft (of krijgt) voldoende duurzame financiële mogelijkheden om te groeien.*
5. Facilitaire mogelijkheden (SF: Accommodatie & materiaal): *De accommodatie, het terrein en de materialen van de groep zijn (of worden) voldoende (kwantiteit en kwaliteit) om de groei op te vangen.*

RESULTAAT

Het is inzichtelijk bij welke groeivoorwaarde(n) de uitdaging ligt.

TIPS & TOOLS

- Beantwoord eerst kort per groeivoorwaarde de vraag bovenaan deze slide. Ga dan gelijk door naar groeiwens en verkenning.
- Door gebruik te maken van **de light-scan** Groepsontwikkeling kun je de voorwaarden eveneens toetsen.

2.2 Groeidoel: Groeiwens



VRAAG

Hoe ziet je groeiwens eruit per groeivoorwaarde?

ACTIE

Formuleer per voorwaarde de kwalitatieve en kwantitatieve wensen (het hoeft niet zo te zijn dat voor elke voorwaarde een groeiwens nodig is!).

RESULTAAT

De groeiwensen geven energie bij de groep om er mee aan de slag te gaan.

TIPS & TOOLS

- In **tweede workshop** van Groepsontwikkeling worden het ideaalbeeld en concrete doelen geformuleerd. Wanneer je aan Groepsontwikkeling hebt mee gedaan, kan je dit ideaalbeeld en de doelen gebruiken. Heb je niet meegedaan, dan kun je de opzet van het programma gebruiken om je doelen te formuleren.

2.3 Groeidoel: Verkennen



VRAAG

Waar zitten de kansen en bedreigingen als je je groeidoelen wilt bereiken?

Welke sterke kanten kunnen je helpen om je groeidoelen te bereiken, en welke zwakke punten zitten je in de weg?

ACTIE

Maak voor alle vijf groeivoorwaarden een verkenning. Maak nog geen keuzes en probeer zo objectief mogelijk te zijn.

RESULTAAT

Het is inzichtelijk welke (on)mogelijkheden je hebt om je groeidoel te bereiken.

TIPS & TOOLS

- Met **Scouts in kaart** kun je helder krijgen waar je potentiële leden wonen.
- Met een **SWOT** kan je een beeld krijgen van je mogelijkheden.
- Met het **Prognosemodel** kan je doorrekenen hoe je ledenontwikkeling er in de toekomst uit zou kunnen gaan zien.
- Met **Doelgroepinformatie** kan je je programma, je werving, je communicatie en je zichtbaarheid en uitstraling aanpassen aan je eigen of je te werven doelgroep.

The diagram illustrates the PLoS cycle, a continuous loop of information exchange. At the center is a circle labeled "PLOS". Surrounding this central circle are eight green boxes, each representing a stakeholder group, connected by a circular arrow indicating a clockwise flow of information. The stakeholder groups are: 1. Academics, 2. Researchers, 3. Researchers, 4. Researchers, 5. Researchers, 6. Researchers, 7. Researchers, and 8. Researchers. Additionally, there are several external stakeholders and their interactions: "Academics" (top left), "Researchers" (top right), "Researchers" (middle right), "Researchers" (bottom right), "Researchers" (bottom left), "Researchers" (middle left), "Academics" (top left), and "Researchers" (top left). A text box in the top left corner states: "Academics: Academics are the primary audience for the PLoS cycle. They are the primary audience for the PLoS cycle. They are the primary audience for the PLoS cycle." A red box in the top right corner contains the text "Academics". A red box in the bottom right corner contains the text "Academics".

- ## TIPS & TOOLS

4. Groeiroutes

VRAAG

Welke routes zijn beschikbaar voor de strategische keuze(s)? Hoe pas ik de routes aan de situatie aan?

ACTIE

Onderzoeken de routes en pas ze aan je eigen situatie aan, voorbeelden zijn:

- Werving van jeugdleden (segmentatie/doelgroep).
- Behouden van jeugdleden (segmentatie/doelgroep).
- Werving van vrijwilligers (segmentatie/doelgroep).
- Behoud van vrijwilligers (segmentatie/doelgroep).
- Oplossen van de wachtlijsten.
- Oprichten nieuwe groep/speltak onder de vlag van een bestaande groep (segmentatie/doelgroep).
- Oprichten nieuwe groep/speltak met twee of meer groepen samen (segmentatie/doelgroep).
- Oprichten nieuwe groep/speltak (witte vlek) (segmentatie/doelgroep).
- Vergroten van diversiteit door aanpassen tijdstip/locatie.
- Vergroten van diversiteit door aanbieden van nieuwe 'producten' (segmentatie/doelgroep).

RESULTAAT

Er is gekozen voor één of meerdere routes.

De routes zijn eventueel aangepast.

TIPS & TOOLS

- Deze routes zijn nog niet beschikbaar. Graag wil het groeiteam samen met de groepen de routes uitwerken, zodat zij op termijn voor andere groepen ook beschikbaar zijn.



5. Groeimiddelen



VRAAG

Welke middelen gaan we gebruiken om de routes af te leggen?

ACTIE

1. Onderzoek welke middelen er beschikbaar zijn.
2. Onderzoek en selecteer welke middelen direct bruikbaar zijn.
3. Onderzoek en selecteer welke middelen gecreëerd of aangepast dienen te worden.

RESULTAAT

Naast de gekozen routes is duidelijk welke middelen gebruikt gaan worden.

TIPS & TOOLS

- Met **persona's** kan je je programma, je werving, je communicatie en je zichtbaarheid en uitstraling aanpassen aan je eigen of je te werven doelgroep.
- Je kunt alle **Laat je uitdagen!**-downloads gebruiken in de je groeiplan.
- In de **Inspiratielijst Vinden** en in de **Inspiratielijst Binden & boeien** staan verzamelde tips om vrijwilligers te werven en te behouden.
- Het document **Aan de slag met social media** geeft ideeën hoe om te gaan met social media.
- Voor het werven van kaderleden zijn diverse **profielen** en **vacatureteksten** beschikbaar.
- Je kunt de **Blokkendoos voor besturen** gebruiken voor de taakverdeling binnen het bestuur.

6. Groeiplan



VRAAG

Welke activiteiten worden door wie op welk moment gedaan?

ACTIE

- Maak een taakverdeling.
- Spreek indicatoren af.
- Maak een (meer)jarenplanning.

RESULTAAT

(Meer)jarenplan Groei is opgesteld.

TIPS & TOOLS

- Er zijn voorbeelden van **(meer)jarenplannen** met groeiambities.
- Het groeiplan kan een resultaat zijn van de activiteiten vanuit de **plannen van aanpak** van het programma Groepsontwikkeling en/of vanuit **bestuurscoaching**.

7. Uitvoeren en monitoren plan



VRAAG

Wordt alles uitgevoerd zoals afgesproken?

ACTIE

- Doe wat bedacht is.
- Monitor de acties.
- Stuur indien nodig bij.
- Vier successen.

RESULTAAT

Het plan is uitgevoerd zoals gepland.

TIPS & TOOLS

- Spreek vooraf met elkaar af wanneer er een (sub)doel bereikt is en vier dit. Maak de (sub)doelen niet te groot.
- Bedenk een monitoringsinstrument waarmee je de voortgang kunt meten. Hiervoor is het handig dat je afsprekt welke indicatoren je gaat meten.
- Je zou bijvoorbeeld een eigen 'Vink- en vierlijst' kunnen maken.
- Gebruik een log(boek) om je acties te volgen.

8. Evalueren & verbeteren



VRAAG

Wat ging goed en wat kon beter/anders?

Wat is het effect van de activiteiten uit het groeiplan?

Kan de groeicirkel weer opnieuw toegepast worden?

ACTIE

- Monitor de acties.
- Houd een procesevaluatie (Hoe verliep het proces? Hebben we ons aan onze afspraken gehouden? Etc.).
- Doe een effectmeting (Hoeveel leden hebben we erbij? Hoeveel leiding is veel enthousiaster geworden?).
- Stel verbeterpunten vast in een hernieuwd plan of als punt voor de volgende keer.

RESULTAAT

Het is inzichtelijk welke resultaten op welke wijze behaald zijn.

Het is duidelijk welke verbeterpunten er zijn voor het vervolg.

TIPS & TOOLS

- Bedenk vooraf vragen die je als procesevaluatie-instrument wilt gebruiken.
- Bedenk vooraf vragen die je als effectevaluatie-instrument wilt gebruiken. Maak hier ook gebruik van de eerder vastgestelde indicatoren.
- Bedenk of je op basis van de (nieuwe) inzichten de cirkel weer opnieuw (versneld) moet door lopen voor de vervolgacties.