

memo

Aan Leden MOgroep
Van MOgroep
Datum
Betreft
c.c.

2-daagse masterclass 'Ben ik in beeld; acquisitie en inkoopmodellen'

1. Inleiding

Het sociale domein is volop in beweging: bezuinigingen, transities AWBZ, Jeugdzorg, WWnV, implementatie Welzijn Nieuwe Stijl, etc.. Veranderingen die invloed hebben op de relatie tussen opdrachtgevers (gemeenten) en ondernemers in W&MD en de wijze waarop opdrachtgever- en ondernemerschap wordt vormgegeven. Enerzijds zullen ze bijvoorbeeld samen de dienstverlening vormgeven, anderzijds neemt de verzakelijking toe. Hoe kunt u als ondernemer in W&MD inspelen op deze veranderende omstandigheden? Hoe komt u in beeld voor nieuwe opdrachten, overeenkomsten en subsidies? En als u al in beeld bent: hoe blijft u dat? Om antwoorden te geven op dit soort vragen ontwikkelde Significant in opdracht van de MOgroep de handreiking 'Ben ik in beeld' acquisitie en inkoopmodellen. Deze is te vinden op de ledensite van de MOgroep, www.mogroep.nl, in het thema bedrijfsvoering / markt & strategie / documenten.

2. Doelstelling masterclass

Aanvullend op de handreiking 'Ben ik in beeld' organiseren de MOgroep en Significant een verdiepende masterclass. De doelstelling van de masterclass is om de leden van de MOgroep vertrouwd te laten raken met de in de handreiking gegeven ingrediënten om een goede en succesvolle gesprekspartner te zijn voor hun opdrachtgever(s). De handreiking noemt handvatten die ondernemers in W&MD helpen in te spelen op veranderende omstandigheden in het sociale domein en in aanmerking te blijven komen voor (nieuwe) opdrachten, overeenkomsten en/of subsidies.

3. Doelgroep

De masterclass is bedoeld voor functionarissen van W&MD organisaties die direct te maken hebben met het verwerven van opdrachten bij opdrachtgever(s).

4. Opzet

De masterclass bestaat uit drie modules. Deze modules komen overeen met de drie hoofdstukken van de handreiking:

1. Interne en externe analyse;
2. Inkoopmodellen;
3. Keuzes tijdens de stappen voor opdrachtgeverschap.

4.1 Interne en externe analyse

Door middel van interactieve werkvormen leert u een interne en externe analyse van de eigen organisatie te maken. Belangrijke handvatten die aan de orde komen zijn:

- Hoe maak ik een scherpe concurrentie- en omgevingsanalyse?
- Hoe krijg ik helder wat belangrijk is voor mijn organisatie en wat de sterke kanten van onze organisatie zijn?
- Hoe formuleer ik mede op basis hiervan een onderscheidende propositie richting de opdrachtgever?

Aan het einde van deze module bent u in staat om op basis van een scherpe interne en externe analyse een goede propositie te formuleren richting de opdrachtgever.

Zie verder ommezijde

4.2 Inkoopmodellen

Aan de hand van concrete cases - aangedragen door deelnemers aan de masterclass – leert u hoe u als ondernemer inspeelt op de verschillende inkoopmodellen uit de handreiking die opdrachtgevers kunnen hanteren.

Aan het einde van deze module bent u in staat om te herkennen welke doelstellingen de opdrachtgever voor ogen heeft met de keuze voor een bepaald inkoopmodel en op welke wijze de ruimte (kansen) binnen een inkoopmodel door u optimaal is te benutten.

4.3 Keuzes tijdens de stappen voor opdrachtgeverschap

De nadruk ligt in deze laatste module op de verschillende keuzes die u heeft vóór en tijdens een inkooptraject en de wijze waarop u goed in beeld blijft bij de opdrachtgever. Hierbij komen vragen aan de orde zoals:

- Hoe en wanneer gaan we de dialoog met de opdrachtgever aan?
- Hoe zorgen we dat de opdrachtgever ons leert kennen?
- Wie zijn onze gesprekspartners?
- Welke afwegingen zijn er om vast te stellen of we wel of niet deelnemen aan een inkooptraject van een opdrachtgever?
- Wat kunnen we doen om zo goed mogelijk offertes te schrijven?

Aan het einde van deze module bent u in staat om een goede afweging te maken wanneer, met wie en op welke wijze u de relatie met de opdrachtgever wilt aangaan en vormgeven.

5. Maatwerk door individuele intake

Om de invulling van de masterclass preciezer te laten aansluiten bij de behoefte van de deelnemers voeren de trainers een telefonische intake uit. Tevens wordt de intake gebruikt om interessante praktijkcases en voorbeelden te verzamelen die tijdens de masterclass behandeld worden.

6. 2-daagse masterclass

De masterclass beslaat 2 dagen waarbij er ongeveer twee weken zitten tussen de 1^{ste} en 2^{de} dag. In deze tussentijd hebben de deelnemers de tijd om opgedane kennis en inzichten terug te koppelen naar de eigen organisatie en hiermee te oefenen. De 2^{de} dag staat in het teken van terugkijken op de 1^{ste} dag en de tussenliggende periode en het verder uitdiepen van onderwerpen die aan het einde van de 1^{ste} dag zijn geïnventariseerd. De masterclass wordt verzorgd door een team deskundigen (sociale domein en inkoop) vanuit Significant en ondersteund vanuit de MOgroep.

7. Aantal deelnemers en kosten

De masterclass is interactief en bestaat uit 8 tot maximaal 12 deelnemers. De kosten voor de 2-daagse masterclass bedragen € 990,- per deelnemer exclusief btw.

8. Aanmelden en data

De masterclasses starten eind november en vinden plaats bij de MOgroep in Utrecht.

Indien u geïnteresseerd bent kunt u dit kenbaar maken aan Marc van Gerdingen via E-mail: vangerdingen@mogroep.nl. Voor vragen is hij bereikbaar op T. 030 – 7210 744 / 06 54 666 261. Zodra voldoende geïnteresseerden zich hebben aangemeld, zullen de exacte data worden vastgesteld.