

I.	Situatie analyse	2
II.	Probleemformulering	2
III.	Plan van aanpak	3
IV.	Fundamenten van de strategie	3
	a. Missie	3
	b. Visie	3
V.	Doelstellingen en kritische succesfactoren (KSF)	5
	a. Kritische succesfactoren	5
	b. Doelstellingen	5
VI.	Prestatie-indicatoren (PI) en maatregelen	6
	a. Prestatie-indicatoren	6
	b. Maatregelen	6
VII.	Doelstelling 1	7
VIII.	Doelstelling 2	9
IX.	Doelstelling 3	11
X.	Doelstelling 4	13
XI.	Doelstelling 5	14
XII.	Doelstelling 6	16
XIII.	Doelstelling 7	18
XIV.	Eindconclusie	19

I. **Situatieanalyse**

United '76 is een traditionele vereniging, actief in Antwerpen, die mensen met een passie voor de zaalvoetbalsport samenbrengt. Bij aanvang van het seizoen 2016-2017 telde de club vier seniorenploegen en vier jeugd ploegen. De eerste ploeg treedt aan in de tweede nationale afdeling van de KBVB futsal competitie, evenals de bijhorende belofteploeg. De 2 overige seniorenploegen treden aan in de provinciale reeksen van de VZVB competitie.

De jeugd ploegen spelen in de provinciale jeugdreeksen.

De sportieve visie van de club is dat de eerste ploeg voor het resultaat gaat, de andere ploegen puur voor het plezier. De jeugd ploegen van de club zorgen ervoor dat in leeftijds categorieën van tien tot en met zestien jaar aan de behoefte van de lokale jeugd voldaan wordt. Aan de hand van een degelijke jeugdopleiding is het de bedoeling deze jeugd klaar te stomen voor het eerste elftal.

De club wordt geleid door een 8-koppig bestuur dat bestaat uit een combinatie van trainers en spelers enerzijds en de oprichters anderzijds. United '76 is een fusieploeg die gevormd werd in 2007 door het samengaan van Luchtbal-Ekeren '76 en Vordensteyn Schoten.

I. **Probleemformulering**

Door de fusie en een injectie van jonge bestuursleden waait er een frisse wind door de club. De club wil een rol van betekenis spelen in Antwerpen door zoveel mogelijk mensen de kans te geven de zaalvoetbalsport te beoefenen, een goede jeugdopleiding te voorzien en ook sportief op te vallen door een ploeg af te vaardigen in tweede nationale. Hierbij wil de club haar oorspronkelijk familiaal karakter absoluut niet verwaarlozen. De algemene sfeer en amusementswaarde buiten het sportieve zijn dus zeker niet van ondergeschikt belang.

De huidige werking van de club en de zaalvoetbalsport in het algemeen kan als te weinig gestructureerd en organisatorisch te weinig samenhangend omschreven worden. De interne communicatie verloopt niet altijd even vlot, evenementen worden niet optimaal voorbereid, er wordt weinig of geen sponsoring binnengehaald, er worden subsidies mislopen en goede sportieve resultaten op het hoogste niveau blijven uit. Het samenbrengen van twee verschillende clubculturen zorgt bovendien voor een extra uitdaging.

Deze situatie zorgt voor een aantal concrete problemen:

Er is een gebrek aan medewerkers om de club te ondersteunen, waardoor sommige leden/medewerkers teveel lasten dragen.

Evenementen worden laattijdig en overhaast in elkaar geknutseld waardoor de uitstraling en de opbrengst van het evenement voor een deel verloren gaat. Taken en belangrijke informatie worden vaak niet duidelijk genoeg gecommuniceerd.

III. Plan van aanpak

In wat volgt wordt een beleidsplan opgesteld dat tegemoet komt aan bovenstaand beschreven probleem. Dit plan is opgebouwd uit drie niveaus: een strategisch, een tactisch en een operationeel niveau. In het strategische luik worden de missie en de visie van United '76 voor de periode 2012-2018 geformuleerd. Het tactische luik beschrijft vervolgens de doelstellingen en de kritische succesfactoren van de club op middellange termijn. Het laatste luik, het operationeel niveau, geeft weer hoe deze doelstellingen op korte termijn kunnen gerealiseerd worden. Dit gebeurt door middel van operationele projecten waarbij een aantal acties met bijhorende deadlines geformuleerd worden.

IV. Fundamenten van de strategie

a. Missie

De missie geeft de bestaansreden van zaalvoetbalclub United '76 weer en vertrekt vanuit volgende vragen:

- Waartoe en waarom bestaat United '76?
- Wat is de identiteit van United '76?
- Wat is het hoofddoel van United '76?
- Voor wie bestaat onze zaalvoetbalclub? Wie zijn de stakeholders van United '76?
- In welke fundamentele behoefte voorziet onze zaalvoetbalclub?

De antwoorden op bovenstaande vragen kunnen worden samengebundeld tot volgende missie:

"Zaalvoetbalclub United '76 verenigt jong en oud in een professionele, gestructureerde club en geeft hen de kans op een recreatieve of competitieve wijze de zaalvoetbalsport te beoefenen en zo tegemoet te komen aan sportieve en sociale noden in de regio Antwerpen. u

b. Visie

In de visie wordt het toekomstbeeld voor United '76 geformuleerd:

- Waar gelooft United '76 in?
- Wat past bij de houding van United '76?
- Waar gaat United '76 naartoe?
- Wat wil United '76 bereiken?
- Wat is het gemeenschappelijk beeld van wenselijk en haalbaar?

De antwoorden op bovenstaande vragen kunnen worden samengebundeld tot volgende visie:

"Zaalvoetbalclub United '76 streeft de professionalisering, van enerzijds de club zelf en anderzijds de zaalvoetbalsport in haar geheel na door het optimaliseren van de begeleiding, het bestuurlijk kader, de infrastructuur en de faciliteiten van de club om zo tot goede sportieve prestaties en een aangename sfeer binnen de club te komen."

Bij het opstellen van een visie moeten we rekening houden met wat wenselijk is en wat haalbaar is, m.a.w. in welke mate zijn de verschillende elementen die opgenomen zijn in de visie (wat wensbaar is) ook werkelijk realiseerbaar (wat haalbaar is)? Onderstaande tabel maakt een onderscheid tussen wenselijke en haalbare toekomstbeelden.

Wensbaar	Haalbaar
Eigen infrastructuur beheren	Eigen infrastructuur is financieel niet haalbaar.
Gediplomeerde trainers	Werken met gediplomeerde trainers haalbaar.
Bestuurlijk kader	Ontwikkelen van een degelijke functieverdeling en bestuurlijk
Functieverdeling kader	Haalbaar.
Duidelijke communicatie	Ontwikkelen van een communicatieplan is haalbaar.

V. Doelstellingen en kritische succesfactoren (KSF)

a. Kritische succesfactoren

Volgende KSF zijn onontbeerlijk voor de levensvatbaarheid van United '76:

- 1) Kwaliteitsvolle jeugdopleiding;
- 2) Communicatieplan;
- 3) Een management dat sportief inzicht heeft, en de juiste visie hieraan koppelt (door bijvoorbeeld de juiste trainers aan te trekken);
- 4) Vorming van bestuur en trainers;
- 5) Creëren van sfeer en eigenheid.

Kerncompetenties: vorming en opleiding

b. Doelstellingen

Op basis van het hierboven geformuleerd toekomstbeeld, de gewenste resultaten en de bijhorende kritische succesfactoren kunnen volgende doelen binnen het beleidsplan bepaald worden:

- 1) Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een duidelijke clubstructuur waarbij het organigram van de club de verschillende verantwoordelijkheden toewijst;
- 2) Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een eerste ploeg die sportieve prestaties levert op het niveau van de subtop van de competitie in 2 e nationale;
- 3) Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een eerste ploeg die voornamelijk uit eigen jeugd bestaat;
- 4) Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een voldoende aantal gediplomeerde trainers (gespecialiseerd in zaalvoetbal) via externe opleiding;
- 5) Het opzetten van partnerships zorgt ervoor dat de lange termijn sponsors van United'76 de uitstraling van de club en de zaalvoetbalsport extra ondersteunen;
- 6) Op 5 jaar tijd wordt gebouwd aan het op punt stellen van een extra sportieve kalender waarbij voor elk evenement een gedetailleerd draaiboek bestaat;
- 7) Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een gedetailleerd communicatieplan waarbij duidelijk beschreven wordt hoe om te gaan met interne en externe communicatie.

VI. Prestatie-indicatoren (PI.) en maatregelen

Onder deze titel nemen we de prestatie-indicatoren en maatregelen op voor de doelstellingen geformuleerd onder V. Vanaf hier werken we op tactisch niveau waarbij we ons specifiek richten op onze bouwsteen.

a. Prestatie-indicatoren

Prestatie-indicatoren maken bovenstaande doelstellingen meetbaar. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de streefcijfers voor elke doelstelling over de volgende 5 jaar.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PI.						
Structuur	Via opstellen organigram en samenstellen van werkgroepen					
Aantal eigen jeugdspelers in eerste ploeg	6/12	6/12 Plaats 9 tot 12	6/12 Plaats 9 tot 9	6/12 Plaats 6 tot 9	7/12 Plaats 6 tot 6	8/12 = 66% Plaats 3 tot 12
Beoogd resultaat competitie	Behoud					
Aantal gediplomeerde trainers	3	3	5	7	7	7
Sponsors	Via opstellen sponsorplan					
Extra sportieve evenementen in:						
> aantal	3	4	4	5	5	5
> omzet	2.500 €	3.500 €	5.000 €	6.500 €	8.000 €	10.000 €
Communicatie	Via 'inventariseren' van het seizoen (werking club, evenementen, disputen, ...) en het opstellen van een communicatieplan					

b. Maatregelen

Om onze doelstellingen te bereiken, moeten maatregelen genomen worden. In wat volgt worden voor elke doelstelling meerdere maatregelen geformuleerd, die in scenariovorm uitgewerkt worden. Deze maatregelen kunnen op korte termijn in de praktijk worden gebracht door het opstellen van operationele projecten. Ook deze projecten worden hieronder beschreven.

VI I. **Doelstelling 1: Duidelijke clubstructuur met organigram, celen en werkgroepen**

Deze doelstelling vormt de basis voor het efficiënt verwezenlijken van de andere doelstellingen. Ze houdt in dat over 5 jaar een volledig professionele structuur op poten staat waarbij het duidelijk is wie wat wanneer doet (WWW).

Een aantal posities, zoals secretaris of penningmeester zijn momenteel al ingevuld binnen de club. Het is echter steeds interessant dit duidelijk op papier te zetten met behulp van een organigram.

Vervolgens kunnen voor bepaalde zaken zoals het administratieve, het financiële of het sportieve cellen opgericht worden met een verantwoordelijke waaronder verscheidende werkgroepen functioneren. Voor de sportieve cel kan bijvoorbeeld een werkgroep 'Jeugd' of 'Senioren' opgestart worden, later aangevuld met werkgroepen zoals 'S-afdeling', 'G-afdeling' of 'Damesafdeling'.

Met de huidige beperkte middelen wordt geopteerd deze cellen op termijn uit te bouwen, maar op korte termijn een aantal prioriteiten te stellen zoals hierna duidelijk wordt.

MAATREGEL 1: Club structureren - Opstellen organigram met verantwoordelijken voor bepaalde kerncellen

Nadat het organigram op papier gezet is, wordt voor de sportieve cel (jeugd), de sponsor-cel, de communicatie-cel en de cel extra sportieve activiteiten een verantwoordelijke aangeduid. Indien deze mensen goed geïnformeerd zijn en weten wat van hen verwacht wordt, zullen deze cellen de motor van de club vormen en voor meer middelen zorgen.

Project 1: Aanstellen van sportief directeur

De sportieve directeur (SD) is verantwoordelijk voor het sportieve beleid van de club en staat hiërarchisch gezien boven de jeugd coördinator en de trainersstaf van de A-ploeg. Hij zetelt ook in de raad van bestuur om sterk betrokken te blijven bij het beleid.

Project 2: Aanstellen jeugdcoördinator

De jeugd coördinator (JC) is verantwoordelijk voor het jeugdbeleid van de club en staat hiërarchisch gezien boven de trainers van de jeugd ploegen en onder de sportieve directeur. Hij zetelt bovendien in de trainersvergadering.

Project 3: Aanstellen sponsoring verantwoordelijke

De sponsoring verantwoordelijke (SV) zal instaan voor de fondsenwerving en zorgt ervoor dat deze op een efficiënte manier gebeurt."

Project 4: Aanstellen feestbestuurder

De feestbestuurder coördineert de extra sportieve kalender.

Project 5: Aanstellen van een communicatieverantwoordelijke

Opdat iedereen binnen de club zou weten bij wie men terecht kan voor bepaalde informatie, zal een communicatieverantwoordelijke (CV) worden aangesteld.

De communicatieverantwoordelijke functioneert als 'olie van de machine'. De bedoeling is dat iedereen geleidelijk aan op elkaar afgestemd raakt. Bovendien is hij ook verantwoordelijk voor de communicatie naar de buitenwereld toe en zal hij de mediarelaties en sponsor relaties onderhouden.

De communicatieverantwoordelijke zal verder nieuwe leden wegwijs maken binnen de club en de werking van de club uitleggen.

MAATREGEL 2: Club structureren - Taakverdeling uitwerken en neerschrijven

Nu er een structuur op papier staat, wordt voor elk vastgelegde functie binnen het organigram uit te voeren taken uitgeschreven.

VIII. Doelstelling 2: Binnen 5 jaar moet de eerste ploeg voor 8/12 uit eigen jeugd bestaan

Er moet voor gezorgd worden dat de beste spelers uit de eigen jeugd goed genoeg zijn om in de A-ploeg te komen en dat deze "klaargestoomd" worden in functie van de A-ploeg. Bovendien moeten deze jeugdspelers gemotiveerd zijn om bij de club te blijven.

MAATREGEL 1: Het jeugdbeleid van de club optimaliseren en structureren

Project 1: Opstellen jeugdbeleidsplan

Het jeugdbeleidsplan verwoordt de visie van de club m.b.t. de jeugdwerking: er moet zowel aandacht zijn voor een kwalitatieve begeleiding voor de grootste talenten als voor een meer recreatieve begeleiding van de andere jeugdspelers. Daarenboven moet er per jeugdcategorie ook een jaarplanning aanwezig zijn m.b.t. de inhoud van de trainingen en de eindtermen (= vaardigheden over de welke minstens 80% van deze jeugd categorie moet beschikken tegen het einde van hun opleiding in die bepaalde jeugd categorie). Op die manier is het plan zowel een ondersteuning voor de jeugdtrainers als een manier om hen te sturen in de richting die de club wil.

Project 2: Zorgen voor de naleving van dit jeugdbeleidsplan

De jeugd coördinator woont hiertoe maandelijks van elke jeugdtrainer minstens 1 training bij, maakt verslag hiervan op houdt daarna een korte nabespreking.

Project 3: Terugkoppeling jeugdbeleidsplan naar clubvisie door overkoepelende trainersvergadering

Een trainersvergadering moet georganiseerd worden met alle trainers, de jeugd coördinator en de sportieve directeur. Dit zal de samenwerking bevorderen. De resultaten van de trainersvergadering worden onderling gebruikt en dienen als advies naar het bestuur toe.

MAATREGEL 3: Overgang tussen jeugdteams en eerste ploeg vergemakkelijken

Project 1: Organiseren van gemengde training eerste ploeg – talentvolle jeugd

Op deze manier leren de jeugdspelers de spelers uit de A-ploeg al beter kennen en kunnen ze bovendien trainen op een hoger niveau.

Project 2: Selectie van jeugdspeler(s) die mogen overgaan naar A-ploeg en aanstellen van "peter" voor elke nieuwe speler van de A-ploeg

Een ervaren speler uit de A-ploeg wordt dan peter van de nieuwe speler en begeleidt hem doorheen zijn eerste jaar op zowel sportief als extra sportief vlak.

IX. Doelstelling 3: Binnen 5 jaar een eerste ploeg die sportieve prestaties levert op het niveau van de subtop van de competitie in 2de nationale

Het doel is binnen vijf jaar een subtopper te zijn in 2 de nationale. Vandaar dat deze doelstelling gemeten wordt aan de hand van de rangschikking. In 2het nationale staan er 14 zaalvoetbalclubs in de rangschikking. Binnen 5 jaar is het de bedoeling dat United '76 stijgt van een 12de plaats naar plaats 6 tot 3. Om dit te bereiken moet United '76 in 2014 gerangschikt staan tussen plaats 12 en 9 en tegen 2016 een plaats tussen 9 en 6 beogen.

Deze doelstelling is de enige sportieve doelstelling die louter op de A-ploeg van toepassing is. In tegenstelling tot de twee vorige doelstellingen, waar de jeugdopleiding praktisch meteen op punt moet staan om zo snel mogelijk talent te kunnen oogsten, kan hier op langere termijn gewerkt worden. Om op lange termijn goede resultaten te behalen warden drie kernmaatregelen geformuleerd, namelijk dat er kwaliteitsvolle trainingen warden aangeboden (maatregel), dat het team uit sterke spelers bestaat (maatregel 2) en dat de teamsfeer optimaal is (maatregel 3).

MAA TREGEL 1: Aanbieden van kwaliteitsvolle trainingen

Project 1: Behouden van de trainer van de A-ploeg en bijscholing

We willen de huidige trainer van de A-ploeg behouden aangezien hij de club en de spelers het beste kent. Wei willen we hem door verplichte bijscholingen steeds beter maken. Om een optimale en verantwoorde training te geven, is het belangrijk dat de training gegeven wordt door een gediplomeerde voetbaltrainer. Naast het aanbieden van kwaliteitsvolle trainingen beschikt hij over een ruime kennis van methodiek, leerlijnen en remediëren van trainingen.

Project 2: Opstellen van een trainingsjaarplan voor de eerste ploeg + opdrijven van het aantal trainingen

Een trainingsjaarplan biedt de zekerheid van een gestructureerde trainingsopbouw van de verschillende componenten. De A-ploeg vinden we belangrijk genoeg om een apart plan voor te ontwerpen. Vanaf het seizoen 2014-2015 willen we het aantal trainingen ook opdrijven van 1 naar 2 per week om tegemoet te komen aan de hogere sportieve ambities.

Project 3: Zorgen voor de naleving van dit trainingsjaarplan

De sportieve directeur woont hiertoe maandelijks van de A-ploeg minstens 1 training bij, maakt verslag hiervan op houdt daarna een korte nabespreking met de trainer.

Project 4: Uitbreiden en koesteren van de trainersstaf

MAATREGEL 2: Uitbouw van een team met sterke spelers

Project 1: Sterke spelers koesteren en in het team houden

Project 2: Nieuwe jeugdspelers goed begeleiden en kansen geven

Aangezien de basis van ons sportieve succes moet van komen van jonge eigen opgeleide spelers, moeten we ervoor zorgen dat deze ook in het eerste team goed begeleid worden en de kansen krijgen om zich te bewijzen.

MAATREGEL 3: Teamsfeer positief houden van A-ploeg

Om de teamsfeer positief te houden achten we het van belang dat de spelers elkaar goed leren kennen buiten het zaalvoetbal en dat het gedrag van de supporters tijdens de wedstrijden positief is.

Project 1: Organisatie maandelijkse drink

Project 2: Positieve sfeer creëren bij de supporters

X. Doelstelling 4: Binnen 3 jaar evolueren van 3 naar 7 gediplomeerde trainers (zich gespecialiseerd in zaalvoetbal) via externe opleiding

Binnen 3 jaar zou zaalvoetbalclub United'76 willen werken met 7 gediplomeerde VTS- trainers. Op dit moment wordt er gewerkt met 3 gediplomeerde trainers. Bedoeling is om zoveel mogelijk mensen uit de eigen club hiervoor warm te maken zodat het familiale karakter behouden blijft. Hiertoe moeten ze gemotiveerd worden om te beginnen aan trainerscursus (maatregel 1) en hen goed te omkaderen en koesteren zodat we zorgen dat ze bij de club blijven (maatregel 2).

De nieuwe trainers zullen in eerste instantie vooral ingezet worden bij de jeugd.

MAA TREGEL 1: Mensen binnen club motiveren om trainersopleiding te volgen

Project 1: Objectieve bepaling van trainersvergoedingen

Het is belangrijk je mensen en trainers te waarderen voor wat ze doen. Dit kan door hen een vergoeding uit te keren in de vorm van geld. Uiteraard zullen trainers met een diploma meer verdienen dan trainers zonder een diploma.

Project 2: Organiseren van infosessies over de trainersopleidingen

Deze infosessies zullen jaarlijks georganiseerd worden in de maand mei. Zowel de trainingsopleidingen als de mogelijkheden binnen de club (terugbetaling opleiding via impulssubsidies /club, financieel, ondersteuning, ...) zullen aan bod komen. Een voorwaarde om een terugbetaling te krijgen voor trainersopleiding van de club moet o.a. zijn dat je erna minstens 1 jaar training zal geven in club.

MAA TREGEL 2: Trainers uit de club goed omkaderen en koesteren

Project 1: Jeugdbeleidsplan opstellen

Het jeugdbeleidsplan zorgt ervoor dat de training niet aan zijn lot wordt overgelaten in het geven van zijn trainingen d.m.v. v. de aanwezigheid van een jaarplanning m.b.t. t. de inhoud van de trainingen en de eindtermen per jeugdcategory.

XI. Doelstelling 5: Structurele partnerships ontwikkelen

MAATREGEL 1: In kaart brengen van de huidige situatie

Vooraleer op zoek gegaan kan worden naar nieuwe partnerships, moet de huidige sponsoring situatie bestudeerd worden.

Project 1: Huidige sponsors identificeren

Door de huidige sponsors in kaart te brengen, wordt een vertrekpunt gecreëerd voor het ontwikkelen van een sponsorstrategie. Binnen dit project wordt gekeken naar het aantal sponsors, de grootte van de sponsors, de sector waarin de sponsors actief zijn, ...

Project 2: Benchmarking van de sponsorsituatie bij andere sport- en zaalvoetbalclubs

Sponsors vinden is niet vanzelfsprekend. Vandaar dat het ook belangrijk is om na te gaan hoe concurrenten hiermee omgaan. Een benchmarking van de sponsorsituatie bij andere sport- en zaalvoetbalclubs laat toe om te leren van deze die hierin succesvol zijn. Hierbij kan worden gekeken naar nationale en lokale zaalvoetbalclubs, lokale sportclubs en eventueel de federatiesponsor.

Binnen deze benchmarking kunnen ook de rechten/voordelen worden vergeleken die aan de sponsors van de verschillende clubs worden toegekend. Op basis hiervan kan worden bepaald op welke manier sponsorpakketten van United '76 in de toekomst kunnen worden uitgebreid/geoptimaliseerd.

MAATREGEL 2: Opstellen Sponsorplan

Om sponsors te werven is een gestructureerde aanpak van primordiaal belang. Het opstellen van een sponsorplan is dan ook noodzakelijk om een optimaal resultaat te bereiken. Deze maatregel kan gerealiseerd worden aan de hand van onderstaande volgende projecten.

Project 1: Langetermijnvisie m.b.t. sponsoring formuleren

Vooraleer potentiële sponsors benaderd worden, moet bepaald welke troeven United '76 uniek maken, m.a.w. welke troeven de club bezit die sponsors kunnen overtuigen om er in te investeren. Mogelijke troeven zijn: de familiale sfeer, aandacht voor zowel recreatie als competitie, ...

Hierbij is het dus belangrijk om vanuit de missie van de club te vertrekken. De missie vertegenwoordigt het imago en de waarden die United '76 wil uitdragen. Het is dan ook belangrijk dat er naar sponsors wordt gezocht die dit imago en deze waarden in het hart dragen.

Project 2: Kandidaat-sponsors selecteren en benaderen

Binnen dit project is het eerst en vooral belangrijk dat de leden van de club, en in het bijzonder het bestuur, nauw betrokken worden. Op deze manier kunnen de bestaande netwerken immers optimaal worden benut.

Vervolgens moet er worden stilgestaan bij het feit dat er verschillende categorieën van sponsors bestaan. Om een zo goed mogelijke sponsordekking te garanderen, is het naar onze mening van belang om verschillende soorten sponsors aan te spreken.

Hierbij wordt gedacht aan:

- Geldsponsor(s)
- Goederensponsor: vb. sponsoring zeevruchten of pannenkoekenslag
- Shirtsponsor

Nadat de kandidaat-sponsors werden geselecteerd, is het belangrijk om ze op de juiste manier te benaderen. Hierbij is maatwerk noodzakelijk; bedrijven krijgen een hele resem sponsoraanvragen, opvallen is dus de boodschap.

Binnen dit project is het belangrijk het communicatiebeleid van de kandidaat-sponsors te identificeren en vervolgens een gepersonaliseerd sponsorvoorstel op te stellen die tegemoet komt aan de noden van de bedrijven.

XII. **Doelstelling 6: Ontwikkelen van extra sportieve kalender**

De extra sportieve kalender biedt naast sponsoring een groot potentieel aan inkomsten voor de club. Anderzijds dragen deze evenementen bij tot het samenhangingsgevoel en de sfeer binnen de club.

MAATREGEL 1: De huidige evenementen optimaliseren en structureren

Project 1: inventariseren van de evenementen

Het vraagt heel wat moeite om een extra sportieve kalender in elkaar te knutselen, alle praktische zaken te regelen, mensen te mobiliseren en reclame voor de evenementen te maken. Iemand die het geheel coördineert is dan ook onontbeerlijk. Dit zal de rol van de feestbestuurder zijn.

Het bestaan van de feestbestuurder moet vermijden dat er door verschillende personen zonder overleg evenementen in elkaar worden gestoken die niet op elkaar afgestemd zijn. Het kan bijgevolg nuttig zijn om onder impuls van de feestbestuurder evenementen uit het verleden te inventariseren, te kijken naar hun toegevoegde waarde, hun wenselijkheid na te gaan en de evenementen te plaatsen in de tijd.

Project 2: Ontwikkelen van draaiboeken voor de evenementen

Bij het organiseren van evenementen komt heel wat kijken. Vaak is het zeer moeilijk het overzicht te bewaren en aan alles te denken. Het opstellen van draaiboeken aangevuld met checklists biedt een handig document om op terug te vallen en zorgt voor een vlotte organisatie van een kwaliteitsvol evenement.

MAATREGEL 2: Nieuwe evenementen organiseren

Project 1: Opvullen van leemtes in de extra sportieve kalender

Nadat de projecten betreffende maatregel 1 uitgevoerd zijn, zal bij aanvang van het seizoen zeer duidelijk gepland kunnen worden wanneer een bepaald evenement zal plaatsvinden. Hierbij zal vervolgens duidelijk worden wanneer het nog opportuun kan zijn om nieuwe evenementen te organiseren.

Eens vast staat op welke plaatsen de kalender nog aangevuld kan worden, kunnen nieuwe evenementen geïntroduceerd worden. Deze moeten natuurlijk wel wenselijk zijn en een toegevoegde waarde bieden. Hierbij kan het interessant zijn om buiten de club bij de 'concurrenten' inspiratie op te doen.

Project 2: Ontwikkelen van draaiboeken voor de evenementen

Net zoals bij de huidige evenementen is een draaiboek voor de nieuwe evenementen essentieel voor een goede werking.

XIII. Doelstelling 7: Binnen 5 jaar beschikt United '76 over een gedetailleerd communicatieplan

MAATREGEL 1: Communicatie verzorgen tussen bestuur, trainersstaf en spelers

Project 1: Communicatieplan opstellen

Voordat de communicatieverantwoordelijke (CV) zijn functie ook daadwerkelijk kan gaan uitoefenen, is het nodig om een communicatieplan op te stellen. De eerste stap hierbij is het identificeren van de noden en huidige problemen m.b.t. de communicatie. Vervolgens zal communicatieplan beschrijven "wat" we gaan doen en "waarom" we dat zullen doen. Daarnaast zullen timing, budget en verantwoordelijkheden uitgebreid worden opgenomen in het plan. Op deze manier worden ideeën bespreekbaar gemaakt, zonder dat op vlak van prioriteiten moet worden ingeboet. Het plan zal regelmatig worden bijgesteld naargelang de evolutie van de club.

Project 2: Overlegmomenten

De communicatieverantwoordelijke zal enkele data bepalen waarop er een overlegmoment zal doorgaan. Gedurende het voetbalseizoen zullen er 5 overlegmomenten gepland worden.

MAATREGEL 2: Externe communicatie verbeteren

Project 1: Samenstellen van een persmap

Ook naar buiten toe is het belangrijk dat de communicatie vlot verloopt. Om dit te garanderen, kiezen we voor het samenstellen van een persmap.

De persmap omvat:

- Een herkenbare map (in de kleuren van de club)
- Een inhoudsopgave
- Algemene informatie over de club/Historiek
- Contactgegevens
-

Belangrijk voor de persmap is dat ze praktisch en makkelijk hanteerbaar is.

Project 2: Mediarelaties en sponsorrelaties onderhouden

Door media te beschouwen als klant kan hier een vertrouwensrelatie opgebouwd worden. Luisteren, observeren en eventuele oplossingen bieden is de stap naar een succesvol netwerk.

Project 3: Webmaster aanduiden die de website wekelijks bijwerkt

De communicatieverantwoordelijke zal een fulltime webmaster aanduiden die de website dagelijks zal beheren. De functie houdt in dat deze persoon de stand van zaken up-to-date weergeeft. Een website is in deze tijd een deel van het visitekaartje geworden van vele bedrijven en dus ook van sportclubs. Om de nieuwe technologie op de voet te volgen zal de club hiervoor ook de nodige investeringen doen (vb. materiaal aanschaffen, cursussen)

XIV. **Eindconclusie**

Het was in dit werk niet de bedoeling een volledig gedetailleerd beleidsplan neer te schrijven voor de komende vijf jaar. Wel om te vertrekken vanuit een strategie, hier een aantal tactische doelstellingen aan te koppelen en deze te verwezenlijken door middel van een aantal operationele projecten. Op deze manier werd voor een aantal prioriteitspunten voor de club het volledige proces doorlopen en wordt getracht deze ook effectief te verwezenlijken.