

# avance-

Avance heeft haar impact in kaart gebracht door zeven casestudies uit te voeren bij social enterprises. We onderzochten hoe ons meettraject wordt ervaren. Hebben de bedrijven iets geleerd van het traject en hun aanpak aangepast? Ook bekeken we wat impact meten de organisaties oplevert. Wat doet het met je medewerkers? En krijg je veel reacties van buitenaf? Gaan organisaties door met het meten na ons traject?

De vijf hoofdconclusies uit ons onderzoek:

## impact meten

1

### geeft betere resultaten als je mensen erbij betrekt



Opdrachtgevers geven aan dat participatie van medewerkers tijdens het hele proces belangrijk is. Het wordt belangrijk gevonden dat het niet een traject was van het management alleen. Dit zorgt af en toe voor flinke discussies, kost tijd, maar levert wel draagvlak op. Doordat mensen mee konden denken, werd het draagvlak voor de resultaten groter.

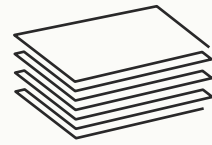


De opdrachtgevers vinden de sessies van Avance systematisch opgebouwd: de stappen zijn overzichtelijk. Hierdoor hebben ze vertrouwen in de uitkomsten.

Klanten die samen met Avance alleen een meetplan opstellen, concluderen soms dat ze meer ondersteuning tijdens de uitvoering nodig hebben. Voor ons is dat een signaal om kritisch te kijken welke klanten zelf het onderzoek aan kunnen en waar we meer ondersteuningsmomenten moeten inbouwen.

2

### versterkt je gezamenlijke verhaal

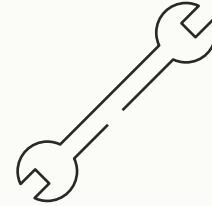


De ondervraagde opdrachtgevers geven aan dat het impact onderzoek voor de hele organisatie waardevol is, medewerkers krijgen meer zicht op waar de organisatie voor staat. Daardoor spreekt het hele team dezelfde taal en vertellen en onderbouwen medewerkers hun (impact-)verhaal beter.

*"Het hele team kan ons verhaal goed vertellen doordat we inzicht hebben gekregen in wat we nou echt teweeg brengen"*

3

### leidt tot een doelgerichte aanpak



Bijna alle ondervraagden pasten hun aanpak aan nadat ze (meer) inzicht in hun impact hadden gekregen. Dit verschilt van betalingsregelingen voor producenten en het geven van impact-trainingen aan nieuwe medewerkers tot het anders beoordelen van projecten. De impact meting heeft dus geleid tot leren over de effecten en aanpassingen aan de werkwijze.

*"Dankzij de meting zijn we in staat onze projecten echt op impact te beoordelen en niet op output. We hebben onze project-beoordeling aangepast"*

4

### vergroot je zichtbaarheid

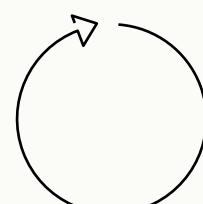


In alle gevallen communiceerden organisaties over hun impact. Dit deden ze in een jaarverslag, artikel of impact-rapport. Dat leverde altijd feedback op: hoe meer je deelt over je resultaten hoe meer reacties dit geeft. De reacties waren overwegend positief. Van 'goed dat jullie hiermee bezig zijn' tot 'wij zijn door jullie geïnspireerd ook onze impact in kaart te brengen'. In een enkel geval kwam er een negatieve reactie van bijvoorbeeld een wetenschapper of kritische consument die de impact te laag vond. Dit werd niet erg gevonden omdat de opdrachtgevers goed konden uitleggen waarom ze bepaalde keuzes hadden gemaakt. Ze vonden het juist fijn dat ze hierdoor aan verwachtingsmanagement kunnen doen.



5

### zorgt voor nieuwe impact-doelen



Alle ondervraagden laten weten na het impact-traject nieuwe impact-doelen te hebben gesteld. Sommigen gaan het impact-onderzoek uitbreiden; anderen maken plannen om nog beter en meer te communiceren over hun impact. Bij de meeste opdrachtgevers is impact meten een vast onderdeel van de bedrijfsvoering geworden. En dat zien we natuurlijk graag!

*"Een impact-rapport laat weer wensen over voor de volgende keer. Dat vind ik een mooi proces. Het is niet een eenmalig iets. We gaan steeds een stapje verder"*

Ook bij Avance blijven we natuurlijk leren. We zijn van plan met de resultaten onze producten te blijven verbeteren. Daarmee leveren we graag een bijdrage aan de impact van onze klanten!

[www.avance-impact.nl](http://www.avance-impact.nl)

avance-