

## Handleiding: In 4 stappen naar je eigen projectplan!

Heb je een thema in je hoofd of een belangrijk signaal opgevangen waar je iets mee/aan wilt doen, maar is het moeilijk om dit om te zetten in een concreet actieplan? Dit stappenplan helpt je in 4 eenvoudige stappen met het opstellen van jouw projectplan met een duidelijke probleemstelling en oplossing. Om dit te doen doorloop je de volgende stappen:

### Stap 1: *Vraag bepalen*

Om te ontdekken welke oorzaken ten grondslag liggen aan het probleem dat je wilt oplossen is het belangrijk om je probleem eerst te onderzoeken. Voor dit onderzoekje moet je een goede vraag opstellen. In stap 1 begin je daarom met het bepalen van je vraag. Hoe stel je een goede vraag op? En wat zijn de kenmerken van een goede vraag? Een goede vraag begint met 'hoe', 'waarom' of 'waardoor', is open, kort en concreet. Ook bevat het het thema van je probleem en je doelgroep. Bijvoorbeeld:

"Hoe komt het dat (*vul hier je doelgroep in*) het lastig vinden om eigen keuzes te maken op het gebied van (*vul hier je thema in*)?"

"Waarom is het lastig om (*vul hier je thema in*) bespreekbaar te maken met (*vul hier je doelgroep in*)?"

De vraag die je stelt is vaak gebaseerd op signalen die je opvangt bij jouw organisatie en/of achterban en wilt oplossen.

### Stap 2: *Doelgroep leren kennen*

Je hebt een duidelijke vraag, dan is het in stap 2 tijd om vanuit je doelgroep naar die vraag te kijken. Hierbij gebruik je de *empathy map* (zie werkvorm onderaan dit bestand) om je in de doelgroep te verplaatsen. De *empathy map* bestaat uit vier onderdelen: begrijpen wie je doelgroep is, hoe je jouw doelgroep kan werven, hoe je doelgroep het onderwerp ervaart en wat de doelgroep over het onderwerp zegt. Verplaats je in je doelgroep en beantwoord de vragen op de *empathy map*. Door deze oefening heb je scherp wat jouw doelgroep over het onderwerp van jouw probleem meekrijgt en hoe dat hun gedrag beïnvloed.

**Tip!** Deze *empathy map* kan je samen met de vrijwilligers invullen. Op deze manier worden de vrijwilligers ook meer bewust van wie de doelgroep is en hoe ze hun beter kunnen werven. Ook kan je deze met iemand uit de doelgroep invullen, dat maakt het verplaatsen in je doelgroep makkelijker.

### Stap 3: *Oorzaken van problemen identificeren*

Jij zit na stap 2 helemaal in het hoofd van je doelgroep! In stap 3 ga je met deze informatie over je doelgroep je vraag beantwoorden. Maak een woordweb met je vraag in het midden. Schrijf hier omheen, in steekwoorden, zoveel mogelijk oorzaken van je probleem op.

Kies de belangrijkste oorzaken uit om verder uit te werken. Denk hierbij aan wat jouw organisatie de belangrijkste oorzaken vindt, maar ook waaraan jouw doelgroep de meeste problemen ervaart. In

deze stap heb je gekeken naar de oorzaken die ten grondslag liggen aan het signaal wat je opgevangen hebt. In de volgende stap ga je deze oorzaken oplossen.

#### Stap 4: *Oplossen*

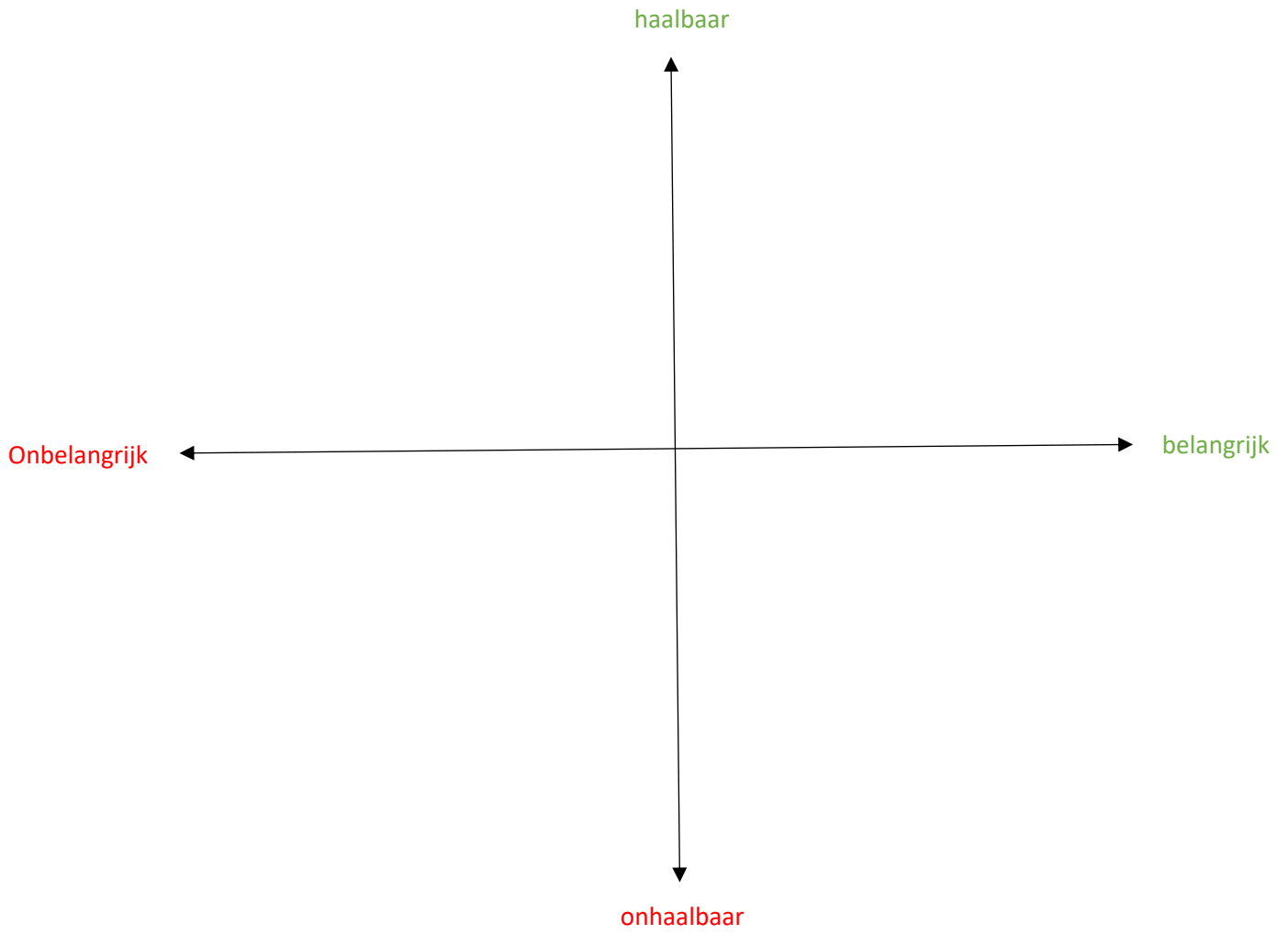
Het is nu tijd in oplossingen te denken! Je hebt een aantal oorzaken voor jouw probleem en die oorzaken wil je oplossen. Kijk per oorzaak naar wat je moet doen om dit tegen te gaan. Schrijf zoveel mogelijk ideeën op. Moet je mensen kennis meegeven, wil je juist in gesprek of moeten ze in aanraking komen met een rolmodel? Dit zijn allemaal oplossingen om je oorzaak aan te pakken. De oplossingen die je bedenkt kan je als basis voor je projectbijeenkomsten gebruiken.

Om te bepalen op welke oplossingen je je wilt richten gebruik je het prioriteitenschema in de bijlage. Bepaal voor elke oplossing hoeveel impact de oplossing gaat maken en hoe makkelijk je het kan organiseren. De focus leg je op de oplossingen die veel impact te weeg gaan brengen. Hierbij kan je nog prioriteit geven aan de oplossingen die makkelijker te organiseren zijn. Dit noemen we laaghangend fruit.

Met dit stappenplan weet je zeker dat jouw bijeenkomsten echt de oorzaak van het probleem aanpakken!

Succes met schrijven en neem bij vragen contact op met ons via de mail: [info@spe-amsterdam.nl](mailto:info@spe-amsterdam.nl), de telefoon of whatsapp: +31 020 5787993.

# Prioriteitschema



# De doelgroep

- Wat zijn kenmerken van jouw doelgroep (bijvoorbeeld: genderidentiteit, leeftijd, culturele achtergrond, opleidingsniveau etc.)

- Hoe ga je je doelgroep werven? Denk bijvoorbeeld aan het inzetten van sociale media, het verspreiden van flyers en werving via andere organisaties.

Wat weet, denkt en voelt de doelgroep over het onderwerp van jouw project?

*Wat vinden zij belangrijk?  
Waar maken ze zich zorgen om?  
Wat voor wensen hebben zij?  
Wat weten ze misschien nog niet? En waar hebben ze vragen over?  
Welke gedachten en gevoelens kunnen een reden zijn voor hun acties?*

Wat ziet de doelgroep over het onderwerp van jouw project gebeuren?

*In hun omgeving?  
Bij vrienden en familie?  
Wat doen andere mensen?  
Wat zien ze in het nieuws of online?*

Wat doet en zegt de doelgroep over het onderwerp van jouw project?

*Hoe gedragen zij zich in het openbaar?  
Hoe gedragen zij zich privé?  
Hoe gedragen ze zich bij jouw organisatie?  
Met wie praten zij over het onderwerp?  
Wat zeggen zij tegen anderen over dit thema?*

Wat hoort de doelgroep over het onderwerp van jouw project van anderen?

*Van vrienden?  
Van familie?  
Van partners?*

Empathy Map