



CSR/SME

Promoting Social Responsibility
in Small and Medium Size Enterprises

HOE EEN STUDIEBEZOEK TE ORGANISEREN NAAR EEN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD BEDRIJF

HANDBOEK

2005



INHOUDSPGAVE

1. Introductie	4
1.1. Doelen	4
1.2. Contact adressen	4
2. Voorbereiding	5
2.1. Omschrijving doelgroep	5
2.2. Keuze bedrijf/identificatie	5
2.3. Aantal deelnemers	5
2.4. Vaststellen datum, tijd en tijdsduur	5
3. Aanbevolen programma voor het bezoek	6
3.1. Welkom	6
3.2. Start van de bijeenkomst	6
3.3. Bedrijfspresentatie	6
3.4. Rondleiding door het bedrijf	6
3.5. Vragen en antwoorden	6
3.6. Evaluatie	6
4. Bedrijfspresentatie	7
4.1. Suggestie voor een structuur van een presentatie	7
4.2. Praktische Tips voor een PowerPoint Presentatie	9
4.3. Tijd voor vragen en antwoorden	9
5. Logistiek	10
5.1. Registratie	10
5.2. Documentatie en Materialen	10
5.3. Vervoer	10
5.4. Catering	10
5.5. Giften/Souvenirs	10
6. Promotie	11
6.1. Uitnodiging	11
6.2. Verspreiding van het gebeuren	11
6.3. Verspreidingskanalen	12
7. Financiën	13
7.1. Voorbereiding van de begroting	13
7.2. Kostberekening van het studiebezoek	13
7.3. Bronnen van inkomsten	14
8. Evaluatie van het bezoek en vervolg	15
8.1. Evaluatie van het bezoek	15
8.2. Vervolg op het bezoek	15



LIJST VAN ANNEXES

Voor de deelnemers

Annex 1. Welkomstbrief

Annex 2. Bewustwordingsvragenlijst van DG Onderneming

Annex 3. Feedback vragenlijst voor de deelnemers

Voor de organisatoren van het studiebezoek

Annex 4. Begrotingsopzet voor een studiebezoek (Excel)

Annex 5. Evaluatieformulier voor een studiebezoek

Voor het te bezoeken bedrijf

Annex 6. Opzet voor een bedrijfspresentatie (PowerPoint)



1. INTRODUCTIE

Deze handleiding is ontwikkeld onder het Pilot Project "CSR/SME's – Promoting Social Responsibility in Small and Medium Sized Enterprises", gefinancierd door de Europese Commissie middels het "Leonardo da Vinci" Programma.

Dit document is bedoeld voor MVO trainers / consultants en verantwoorde ondernemers die hun praktijk willen delen.

Een bedrijfsbezoek in het kader van MVO kan een onafhankelijke activiteit zijn, maar zal meer impact hebben in een breder verband als met bewuster worden van MVO en een training.

1.1. DOELEN

Het doel van de handleiding is als een hulp bij de organisatie van een studie bezoek naar een maatschappelijk verantwoord bedrijf. Na het lezen kan je bekend zijn met de belangrijkste betrokken aspecten:

- 🕒 De voorbereiding van een studiebezoek;
- 🕒 Het studiebezoek zelf; en
- 🕒 De evaluatie en het vervolg van het MVO studiebezoek.

1.2. CONTACTEN

In geval van vragen, kunt u contact opnemen met een van de CSR/MKB project partners:

PORTUGAL (Promoter)

CECOA
Rua da Sociedade Farmacêutica, n° 3
1150-112 Lisbon
Tel: ++ 351 213112400
Fax: ++ 351 213112424
E-mail: estudos@cecoa.pt
Contact Persoon: Cristina Dimas
www.cecoa.pt

ESTLAND (Partner)

GEOMEDIA
Rüütli, 4
51007 Tartu
Tel: ++ 372 7441 675
Fax: ++ 372 5167 362
E-mail: geomedia@geomedia.ee
Contact Persoon: Krista Noorköiv
www.geomedia.ee

ITALIE (Partner)

FRAREG
Viale Jenner, 38
20159 Milan
Tel: ++ 392 6901 0030
Fax: ++ 392 6901 8460
E-mail: info@frareg.com
Contact Persoon: Alessandra di Pietto
www.frareg.it

OOSTENRIJK (Partner)

FO.FO.S – Forum for Supporting Self-Employment and SME
Landstr. Hauptstr. 71/2
1030 Vienna
Tel: ++ 43 650 84 22 874
E-mail: csr@focos.at
Contact Persoon: Wolfgang Keck
www.focos.at

HONGARIJE (Partner)

LA VIDA
Molnár U 29 III/11
1056 Budapest
Tel: ++ 36 1 318 75 61
Fax: ++ 36 1 318 75 61
E-mail: a.kenyeres@lavid.hu
Contact Persoon: Annamaria Kenyeres
www.lavid.hu

NEDERLAND (Partner)

HUESKEN & DE PREE
Zandveldstraat, 24 - 5223 JE
s-Hertogenbosch
Tel: ++ 317 3623 2347
Fax: ++ 318 4745 8071
E-mail: info@huesken.nl
Contact Persoon: Pim Huesken
www.huesken.nl



2. VOORBEREIDING

2.1. OMSCHRIJVING VAN DE DOELGROEP

De organisatoren moeten starten met het definiëren van de doelgroep voor het bezoek. Enkele voorbeelden van mogelijke doelgroepen zijn: ondernemers / top managers, MVO trainers / consultants, studenten, journalisten, enz. het programma van het bezoek moet naar het karakter en speciale situatie van de deelnemers worden afgestemd.

2.2. DE KEUZE VAN BEDRIJF / IDENTIFICATIE

De organisatoren moeten een bedrijf kiezen dat door de deelnemers gezien kan worden als een voorbeeld van een goede praktijk. Als de doelgroep MKB ondernemers is, is het beter een vergelijkbare MKB te kiezen, waarmee de bezoekers zich kunnen identificeren, dan een groot bedrijf met veel financiële mogelijkheden dat gezien kan worden als een niet te bereiken voorbeeld.

Ideaal is het als het te bezoeken bedrijf een vergaderruimte heeft die groot genoeg is om de bezoekers te ontvangen. Als dat niet mogelijk is moet de organisatoren een alternatieve plaats vinden waar de groep voor de bedrijfspresentatie, vragen en antwoorden en discussie bijeen kan komen.

2.3. AANTAL DEELNEMERS

Het besluit over het aantal deelnemers moet afgestemd zijn op de doelen van het bezoek, het te bezoeken bedrijf, de doelgroep en mogelijk de financiële beperkingen.

Voor een goed resultaat is het aan te bevelen een groep van 12 – 15 deelnemers te hebben.

Indien er een gemengde groep is (bijvoorbeeld, trainers en stagiaires of consultants en ondernemers) is het mogelijk een groep te hebben met 20 deelnemers, aangenomen dat er geen problemen zijn met de ruimte, financiën of vervoer.

2.4. VASTSTELLEN VAN DATUM, TIJD EN TIJDSDUUR

De organisatoren zullen een datum, tijd op de dag en de duur van het bezoek moeten vaststellen wat uitkomt voor de deelnemers en mogelijkheden. Normaal gesproken zal het programma 2,5 – 4 uur duren, afhankelijk van de afstand naar de bijeenkomst en de situatie van het gebouw.



3. AANBEVOLEN PROGRAMM VOOR HET BEZOEK

De organisatoren moeten tenminste een half uur voor het programma begint aanwezig zijn en tot het eind van het bezoek. De aanbevolen programma onderdelen en tijdsduur zijn hieronder beschreven.

3.1. WELKOM (🕒 10 MIN.)

De organisatoren moeten zorgen voor een warm welkom aan alle deelnemers, special als de mensen elkaar niet kennen. Het is belangrijk dat de deelnemers zich op hun gemak voelen, met elkaar praten en hun eigen ervaringen delen.

Beschikbaar materiaal moet nu uitgedeeld worden.

3.2. START VAN DE BIJENKOMST (🕒 10 MIN.)

Afhankelijk van de situatie kan de opening van de bijeenkomst plaats vinden in een vergaderruimte buiten het te bezoeken bedrijf.

Tijdens de start van de bijeenkomst moeten de organisatoren de deelnemers welkom heten, zichzelf kort introduceren en de deelnemers informeren over het programma en de doelen, veiligheidsvoorschriften (indien aanwezig) en andere relevante informatie.

3.3. BEDRIJFSPRESENTATIE (🕒 20 - 30 MIN.)

De volgende stap is de presentatie van het bedrijf. Het is sterk aanbevolen dat deze door de directeur gegeven wordt.

De instructies voor een bedrijfspresentatie staan in Hoofdstuk 4.

3.4. RONDLEIDING DOOR HET BEDRIJF (🕒 20 - 60 MIN.)

Het is belangrijk dat een rondleiding door het bedrijf is toegestaan voor alle deelnemers. Dit geeft hun een mogelijkheid een duidelijker beeld te krijgen van de bedrijfsactiviteiten, enkele punten kunnen zien die tijdens de presentatie genoemd zijn en direct kunnen praten met de medewerkers van het bedrijf.

3.5. VRAGEN EN ANTWOORDEN (🕒 45 - 60 MIN.)

Na de rondleiding moeten de deelnemers teruggaan naar de vergaderruimte en kunnen discussiëren over wat ze hebben gezien. De directeur van het bedrijf moet hierbij aanwezig zijn en de gestelde vragen beantwoorden.

3.6. EVALUATIE (🕒 15 MIN.)

Aan het eind van het bezoek moeten alle deelnemers de feedback vragenlijst invullen (Annex 3) en deze aan de organisatoren teruggeven.

Het is ook aanbevolen dat de deelnemers hun indrukken van het bezoek met elkaar delen. Als de deelnemersconsulenten/trainers of ondernemers zijn is het te overwegen een verbinding te leggen met hun eigen professionele activiteiten.



4. BEDRIJFSPRESENTATIE

De bedrijfspresentatie is een belangrijk onderdeel van de activiteit. Het moet zorgvuldig worden voorbereid, in samenwerking tussen de organisatoren en de eigenaren van het bedrijf / directeuren.

Tot nu toe hebben slecht enkele voorlopers in verantwoord ondernemen in het MKB een geschreven MVO of beheersrapport Geschreven. Niettemin kan een bedrijfspresentatie gezien worden als een samenvatting van een MVO verslag. In feite kan het een eerste stap zijn naar verantwoordelijkheidsverslag in een geschreven publicatie.

Het doel van een bedrijfspresentatie is inclusief alle belangrijke gegevens over de specifieke betrokkenheid bij MVO en het presenteren van Economische, milieu en maatschappelijke aspecten op een transparante wijze. Het voorbereiden van een MVO presentatie kan ook het positieve effect hebben dat andere interne gezamenlijke processen herkend worden gedurende het evalueren en uitwisselen van verantwoordelijkheden in de eigen praktijk.

De inspanning en hoeveelheid werk dat ondernomen moet worden zal onbetwist enorm zijn. Echter, naast de impact op de marketing wat hieruit naar voren komt bij een presentatie naar extern publiek, zal de interne gezamenlijke bewustzijn over MVO tijdens de voorbereiding de betrokkenheid van medewerkers versterken (bijvoorbeeld interne interviews) als ook met partners, klanten, NGO's (bijvoorbeeld korte verklaringen) en andere belanghebbenden.

4.1. SUGGESTIES VOOR DE STRUCTUUR VAN EEN PRESENTATIE

In overweging genomen dat het belangrijkste doel van een bedrijfsbezoek een MVO benchmarking voor de bezoekers mogelijkheid maakt, de bedrijfspresentatie moet op een dergelijk manier worden gegeven dat zij zichzelf gaan afvragen: "Waarom zou ik / mijn bedrijf ook verantwoord worden?"

Als helderheid en geloofwaardigheid de belangrijkste motieven voor MVO zijn, zou de spreker het bedrijf in een evenwichtige manier presenteren, zijn sterke en wake punten laten zien en voorkomen dat ideale en onrealistische beelden gegeven worden die gedurende de rondleiding niet bevestigd worden.

Er is veel ruimte voor creativiteit voor het MKB in de voorbereiding van zijn eigen bedrijfspresentatie.

Als het bedrijf al een MVO gerichte presentatie heft moeten de organisatoren de inhoud nakijken en zeker zijn over de bruikbaarheid er van in de doelen van de activiteit, aanbevelingen en aanvullingen moeten worden overwogen.

Als het bedrijf dat bezocht word de bedrijfspresentatie heft voorbereid op een 'kladje' bevelen we aan het volgens de hier volgende structuur te doen:

- ④ Geschiedenis, cijfers en feiten van het bedrijf
- ④ Verkoop informatie
- ④ MVO onderwerpen
- ④ MVO initiatieven en de betrokken mensen
- ④ Belangrijkste drijfveren om verantwoordelijk te zijn
- ④ MVO kansen
- ④ Voordelen om verantwoord te zijn



- ⦿ Conclusies
- ⦿ Vragen en antwoorden

Tabel 1 bevat een meer gedetailleerde onderwerpenlijst die in een bedrijfs- presentatie gebruikt kunnen worden.

TABEL 1 – ONDERWERPEN VOOR EEN BEDRIJFSPRESENTATIE

1) geschiedenis, cijfers en feiten over het bedrijf ⦿ mission statement ⦿ visie en waarden ⦿ belangrijkste stappen van het bedrijf ⦿ belangrijkste producten en diensten (product levenscyclus en leveringsketen) ⦿ management en medewerkers (organisatie schema) ⦿ belangrijkste cijfers van het bedrijf ⦿ wat maakt het bedrijf speciaal?	5) Belangrijkste motieven om verantwoordelijk te zijn ⦿ ethisch, bedrijfswaarden ⦿ milieubetrokkenheid ⦿ gezamenlijk beheer ⦿ maatschappelijke relaties ⦿ relaties van medewerkers ⦿ druk van de gebruikers ⦿ enz.
2) Verkoop informatie ⦿ zaken model, verkoop strategie en doel groepen ⦿ marktaandeel en te bereiken markt ⦿ concurrentie positie ⦿ voorsprong op concurrentie ⦿ mate van gebruik van communicatie kanalen en PR	6) MVO uitdagingen ⦿ te danken aan de complexiteit van MVO ⦿ interne samenhang ⦿ op de markt ⦿ dank zij verwachtingen van belanghebbenden ⦿ financieel ⦿ andere problemen
3) MVO onderwerpen ⦿ herkenning onderwerpen en belanghebbenden ⦿ overleg met belanghebbenden over MVO doelen en tijdschema ⦿ verspreiden, organiseren en meten MVO beleid ⦿ verslag van het MVO proces en communicatie met de belanghebbenden	7) Voordelen door MVO te werken ⦿ goede reputatie ⦿ goodwill van belanghebbenden ⦿ innovatie van producten en diensten ⦿ toegang tot nieuwe markten en samenwerking ⦿ enz.
4) MVO initiatieven en betrokken mensen ⦿ welke actuele initiatieven beantwoorden aan uw filosofie en verantwoord-elijkheid? ⦿ Stand van zaken mbt MVO in het bedrijf ⦿ Inhoud van initiatieven/ goede praktijk in: - werkomgeving - milieu - ketenbenadering en - maatschappij ⦿ Betrokken mensen (medewerkers en belanghebbenden) in alle niveaus van de MVO ontwikkeling ⦿ Volgende stappen en kansen	8) Conclusies ⦿ korte samenvatting van de gehouden presentatie ⦿ veranderingen ontstaan en verwacht dank zij MVO in: - werkomgeving - milieu - ketenbenadering en - maatschappij ⦿ uitdagingen en voordelen
Vragen en antwoorden De spreker moet de aanwezigen aanmoedigen actiefdeel te nemen. Hij moet de aanwezigen op de hoogte brengen van deze vraag en antwoord periode.	



4.2. PRACTISCHE TIPS VOOR EEN POWERPOINT PRESENTATIE

Voor uw ondersteuning is bij dit handboek ook een PowerPoint bedrijfspresentatie voorbeeld (Annex 6) toegevoegd, opgesteld volgens de hierboven gegeven structuur.

Als het te bezoeken bedrijf besluit een PowerPoint presentatie te geven, denk dan aan:

- ⦿ Hou iedere sheet kort (gebruik zo min mogelijk tekst)
- ⦿ Gebruik korte zinnen, geen volledige verhalen
- ⦿ Beperk in iedere sheet slechts een paar punten
- ⦿ Voorkom te veel informatie op een sheet
- ⦿ Presenteer slechts een idee per sheet of grafiek
- ⦿ Gebruik twee of drie sheets om een ingewikkeld idee uit te leggen
- ⦿ Gebruik alleen die informatie die een uitleg ondersteunt
- ⦿ Gebruik hoofdlijnen die iedere sheet samenvat
- ⦿ Gebruik heldere sleutelwoorden en werkwoorden in plaats van gezegden
- ⦿ Beperk tekst tot zes tot acht regels per sheet
- ⦿ Gebruik dezelfde kleuren en lettertypen in de hele presentatie

Als de presentatie klaar is, vergeet niet te oefenen en uit te zoeken hoe lang het duurt. Als uit komt dat het te kort is, of te lang, stel het dan bijen probeer het opnieuw.

4.3. TIJD VOOR VRAGEN EN ANTWOORDEN

Het is zeer belangrijk dat alle deelnemers de kans krijgen hun vragen te stellen. Hiervoor moet er altijd een vraag en antwoord periode in het programma zijn.

Gedurende de vraag en antwoord periode moeten de organisatoren optreden als ondersteuners en trachten iedereen bij de dialoog te betrekken.

Vertegenwoordigers van het bedrijf trachten alle vragen te beantwoorden in een directe en transparante manier, tenzij het onderwerp vertrouwelijk is.

Indien besloten is de vraag en antwoord periode direct na de presentatie te houden en langer duurt dan verwacht, kunnen de organisatoren besluiten in te grijpen en te onderbreken en de bezoekers helpen herinneren dat zij nog en rondleiding hebben door het gebouw en dat zij later nog een kans krijgen hun vragen te stellen.



5. LOGISTIEK

5.1. REGISTRATIE

De organisatoren moeten een inschrijfformulier voorbereiden en een lijst van deelnemers bijhouden.

5.2. DOCUMENTATIE EN MATERIALEN

Lijst met aanbevolen materialen:

- 🕒 Deelnemerslijst
- 🕒 Programma van het bezoek
- 🕒 Welkomst brief (Annex 1)
- 🕒 Bewustzijnsverhogende vragenlijst van de DG Ondernemingen (Annex 2)
- 🕒 Samenvatting van de bedrijfspresentatie
- 🕒 Feedback vragenlijst voor de deelnemers (Annex 3)

De organisatoren moeten met het management van het bedrijf nakijken welke training materialen er nodig zijn (computer, beamer, flip-over, papier, pennen, enz...)

5.3. VERVOER

In overeenstemming met de locatie van het bedrijf en de speciale omstandigheden van de activiteit moeten de organisatoren besluiten of zij vervoer aanbieden aan alle deelnemers (als de bijeenkomstplaats niet aan het te bezoeken bedrijf is) of een kaart verschaft dat duidelijk de plaats van het bedrijf aan geeft en de beste manier om dar te komen.

Als voorzien wordt in vervoer moeten de organisatoren zorgen voor een juiste verzekering voor alle deelnemers.

5.4. CATERING

Het is aan te bevelen zorg te dragen voor wat frisdrank tijdens het bezoek. De organisatoren moeten met het management van het bedrijf overeen komen wie hiervoor zorgt en betaald.

5.5. GIFTEN / SOUVENIRS

Als blijk van dank en de gebeurtenis te vieren moeten de organisatoren zorgen voor een passende gift aan het bedrijf (of het management van het bedrijf).

Indien mogelijk moeten alle deelnemers ook een symbolische herdenking, gerelateerd aan de gebeurtenis of aan het bedrijf en haar MVO activiteiten ontvangen.



6. PROMOTIE

Zodra het besluit, beschreven in hoofdstuk 2, genomen is moeten de organisatoren doorgaan met het promoten van de activiteit.

Het is aan te bevelen dat de promotie contacten 2 maanden voor het plaats vinden ervan en dat de uitnodigingen ongeveer 3 weken voor het evenement verstuurd worden, maar dit kan variëren van land tot land, regio en omstandigheden.

6.1. UITNODIGING

De organisatoren moeten een aantrekkelijke uitnodiging van een pagina voorbereiden waarin staat:

Organizers should prepare an attractive one page invitation, including:

- ② Introductie van MVO
- ② Beschrijving van de gebeurtenis (plaats, datum, tijd)
- ② Korte omschrijving van het bedrijf
- ② Redden waarom voor dit bedrijf gekozen is
- ② Te verwachte voordelen van het bezoek
- ② Adressen van de organisatoren
- ② Deelnemersbijdrage (indien mogelijk)

De uitnodiging moet vergezeld worden door een inschrijfformulier.

6.2. VERSPREIDING VAN HET GEBEUREN

De uitnodiging moet circuleren onder de geselecteerde doelgroepen. Voorbeelden van mogelijke mensen / organisaties die te benaderen zijn:

- ② Adressen van klanten en contacten van de organisatoren
- ② Klanten / contacten / leveranciers van het te bezoeken bedrijf
- ② Training centra
- ② Consulanten / consultancy bedrijven
- ② Professionele / plaatselijke stichtingen
- ② MKB instituten
- ② Gemeentehuis / plaatselijke autoriteiten
- ② Universiteiten
- ② Business scholen
- ② Lokale hoge scholen



6.3. VERSPREIDINGSKANALEN

De organisatoren moetende verspreidingskanalen gebruiken die het best past bij hun organisatie en de geselecteerde doelgroep en kiezen voor de voordeligste manier. Suggesties:

- 📍 Web site van de organisatoren
- 📍 Web site van het bedrijf
- 📍 Direct mail
- 📍 E-mail
- 📍 Telefoon
- 📍 Van mond op mond
- 📍 Kranten

Voor een eenmalige activiteiten is het sterk aan te bevelen via meerdere kanalen te benaderen.

Echter als de organisatoren een specifieke doelgroep weet te vinden die regelmatig al bijeenkomen een eenvoudige benadering is voldoende.



7. FINANCIEN

De organisatoren moeten er altijd aan denken dat de belangrijkste doelstelling van een bezoek het verspreiden van een goedvoorbeeld van MVO en dat alle financiële besluiten volgens dit principe genomen worden. Zij moeten ook externe financiële ondersteuning voor het bezoek vinden.

Het vragen van een deelnemersbijdrage moet afhankelijk zijn van de situatie van de organisatoren, het plaatselijke gebruik en de doelgroep. In sommige situaties maakt een bijdrage van de deelnemers een bezoek meer 'professioneel' en zullen ze meer gemotiveerd zijn.

De organisatoren moeten een begroting voor het bezoek maken om financiële missers te voorkomen.

7.1. VOORBEREIDING BEGROTING

In Annex 4 kan je een Excel document vinden met een opzet voor een begroting inclusief een lijst met voorspelbare kosten en mogelijke inkomst bronnen.

Werkblad 1 (beschermd) heeft een lege opzet van de begroting waarin je alleen de gele velden hebt in te vullen: prijs per stuk en waar nodig het aantal. Al de berekeningen worden automatisch uitgevoerd.

In werkblad 2 (niet beschermd) zie je een ingevuld voorbeeld van een begroting.

7.2. KOSTEN BEDRIJFSBEZOEK

Staf kosten:

Reiskosten: is inclusief alle reizen die je maakt om een studiebezoek te organiseren: de voorbereidende bezoeken, het bedrijfsbezoek zelf en een evaluatie bijeenkomst. Als je met openbaar vervoer reist, moet je de prijs van de kaartjes opnemen.

Staf vergoedingen: in deze cel kan je alle uren die voor het organiseren van een bedrijfsbezoek registreren: voorbereidingstijd, het bedrijfsbezoek en ook de tijd voor de evaluatie en vervolg.

Organisatie kosten:

Hier kan je alle andere kosten onderbrengen zoals drukwerk, advertentiekosten, communicatie (mail, telefoon, fax, e-mail), cadeaus, vergaderruimte, catering, enz.

Hier vind je ook een ruimte om reiskosten van de deelnemers in te vullen. Als u een deelnemersbijdrage vraagt kan je overwegen de reiskosten evenredig te verdelen onder de deelnemers wat het makkelijk maakt voor hen die ver moeten reizen.

Vergeet niet de kosten voor het verzenden van een evaluatieformulier en het uitwerken van de evaluatie.

Vergeet ook niet de kosten te bespreken met het te bezoeken bedrijf, zij moeten vooraf weten welke kosten ze hebben en of hiervoor een vergoeding krijgen.

Alle kosten die niet op de lijst vermeld zijn Kunnen ondergebracht worden als 'overige kosten'. Als alternatief kan je nieuwe rijen toevoegen, maar als je dat doet zorg dan dat de formules nog steeds goed werken.



7.3. INKOMSTENBRONNEN

- ④ Deelnemers bijdrage: als je geen andere mogelijkheden hebt moet het het exacte bedrag zijn dat je nodig hebt voor dekking van de kosten.
- ④ Enkele suggesties voor subsidiering: EU of overheidsprogramma's, speciale plaatselijke fondsen, MKB verenigingen.



8. EVALUATIE VAN HET BEZOEK EN VERVOLG

8.1. EVALUATIE VAN HET BEZOEK

De organisatoren moeten een financieel verslag van het bezoek maken.

Het is aan te bevelen de evaluatie plaats te laten vinden in een formele bijeenkomst, bij voorkeur binnen en of twee weken na het bezoek.

Voorafgaand aan deze evaluatiebijeenkomst moeten de organisatoren alle informatie verkregen door feedback vragenlijst van de deelnemers Verwerkt hebben. (Annex 3)

Feedback van het bezochte bedrijf is ook erg belangrijk, niet alleen van het management maar ook van de medewerkers.

De organisatoren moeten een schriftelijk eindverslag voorbereiden met daarin de belangrijkste resultaten en conclusies. Om dit proces te ondersteunen zit hierbij ook een evaluatie rapportage formulier (Annex 5).

8.2. VERVOLG OP HET BEZOEK

Een MVO bedrijfsbezoek is een prima gelegenheid om deelnemers te betrekken in alle vormen van MVO activiteiten, afhankelijk van hun situatie.

Hiervoor is het sterk aan te bevelen dat de organisatoren uitvinden van gedaan kan worden om in zo'n betrokkenheid te voorzien. Alle vormen van initiatieven zijn welkom en de betrokkenheid van de deelnemers moet een van de prioriteiten zijn van de organisatoren.

Enkele suggesties om deelnemers in te betrekken:

- 🕒 Deelname aan vergelijkbare bedrijfsbezoeken
- 🕒 Hun eigen bedrijf open stellen voor een vergelijkbaar bezoek
- 🕒 Werkgroepen organiseren met de deelnemers
- 🕒 Werkgroepen organiseren binnen hun eigen bedrijf om ideeën opgedaan tijdens het studiebezoek te implementeren.
- 🕒 Deelname aan een MVO training
- 🕒 Deelname aan een MVO advies programma
- 🕒 Ontwikkelen van hun eigen MVO beleid om het te kunnen presenteren aan de belanghebbenden van het bedrijf.
- 🕒 Een nieuwsgroep of forum creëren voor discussie en het delen van informatie.



Onderwijs en cultuur

Leonardo da Vinci

Proefprojecten

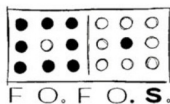
Dit project werd gefinancierd met de steun van de Europese Commissie. De verantwoordelijkheid voor deze publicatie ligt uitsluitend bij de auteur; de Commissie kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat.

Promotor



Centro de Formação Profissional
para o Comércio e Afins

Partners



GEOMEDIA



FRAREG
FRAFOR
Consulenza e Formazione

Huesken & De Pree
training and consultancy