



Agendapunt 7.4 Beleidsplan 2016+

Waarom is het Business Model Canvas gebruikt?

- Meer focus op zaken die cruciaal zijn om succesvoller te worden.
- Weten waarom je het doet, bewustwording.
- De sportmarkt vraagt om vernieuwing en verandering. Welke activiteiten wil je ondernemen?
- Je wilt kantelen als organisatie, vernieuwingen doorvoeren, partnerships onderzoeken, de bedrijfsvoering onder de loep nemen.

Toelichting Business Model Badminton Nederland

Strategische Partners:

Flagships en (mede) organiserende verenigingen:

de huidige en toekomstige Flagshipverenigingen; de Eredivisieverenigingen; de verenigingen die (mede) evenementen organiseren (bijvoorbeeld GT-cup, landskampioenschap e.d.)

koepels/bonden

NOC*NSF, BWF, BEC, WOS/FNV, regionale bonden

overheid

VWS/Lotto, Provincies/Gemeenten

sponsors

Yonex, Carlton, Zilveren Kruis Achmea

Suppliers

bijvoorbeeld: Gemeente Almere, Maaspoort, X-TRM

Kernactiviteiten

- organiseren & faciliteren competities, toernooien, evenementen
- opbouw en beheer databank (w.o. leden)
- faciliteren van ontmoetingen, bijeenkomsten samen verenigen
- opleiden en begeleiden TC/Arbitrage/Bestuur
- accountmanagement, opbouwen en onderhouden van:
 - => relaties verenigingen
 - => suppliers / sponsors
 - => regioteams
- opbouwen en beheer kennisbank
- talentontwikkeling ⇔ Topsport

Benodigde middelen



- professionele & Klantgerichte bondsorganisatie:
 - competente medewerkers
 - competente vrijwilligers
- gedragen Contributiesysteem
- automatisering
- sponsor & suppliers proposities

Kostenstructuur

- bondsorganisatie: personeel, huisvesting, reis-verblijf vrijwilligers
- kanalen: ontmoetingen; digitale kanalen; opmaak; abonnementen
- kennis: onderzoek; inhuur experts; innovatie
- opleidingen: ontwikkeling en uitvoering
- Topsport: leerlijnen; scholen; academies; Nationaal Trainingscentrum/coaches

Waardeproposities

- actieve bijdrage aan een badmintonstructuur in Nederland waar de badmintonliefhebber (zowel actief als passief) zich in zijn vrije tijd, samen met anderen, optimaal kan ontwikkelen en vermaken;
- spannende, attractieve en passende competities, toernooien en evenementen;
- inspirerende ontmoetingen tussen en met badmintonverenigingen;
- gekwalificeerd en competent bestuurlijk, technisch en arbitrerend kader;
- ontwikkelen en innoveren van de (top)badmintonsport;
- hebben van kennis, het delen hiervan en op basis van wensen en behoeften het veredelen van deze kennis ten behoeve van de badmintonner, sport en de vereniging.

Klantrelaties

- ontmoetingen/ klanttevredenheid
- interactieve ledenpas / loyaliteit
=> speciale aanbiedingen
- direct contact/digitaal platform, delen van kennis
- interactieve communicatie

Kanalen

- verenigingen/ontmoetingen:
 - @ congressen
 - @ clusterbijeenkomsten
 - @ workshops
 - @ opleidingen
 - @ verenigingsbezoek/-contact
- online
 - @ onderzoekspanel
 - @ website
 - @ e-mail



- @ platforms
- @ digitaal magazine
- @ social media
- @ fanbase

Klantsegmenten

- badmintonner
 - # competitieve badmintonner
 - # jeugdbadmintonner
 - # funbadmintonner
- kader verenigingen
 - # bestuurlijke badmintonner
 - # trainer/coach badmintonner

Inkomstenstromen

- lidmaatschap/competitiegelden
- bijdrage opleidingen & evenementen
- betaalde diensten (clinics, shuttlekeuringen, toernooiheffingen, e.d.)
- sponsor-/supplierdeals
- media
- subsidies