

NIMA Nieuws In gesprek met...



Jos van der Horst, eigenaar van Quanta NpM, is moderator van de NIMA Expert Class: marketing voor non-profitorganisaties op 25 mei. We voelden hem aan de tand over de zin en onzin van marketing in deze branche.

Wat heb jij met marketing voor non-profitorganisaties?

Voor mij is vooral de maatschappelijke functie van deze organisaties de moeite waard. Of het nu gaat om de gezondheid, goed onderwijs, het toeleiden naar werk, welzijn of ontwikkelings samenwerking,.... Het leeuwendeel van de non-profitorganisaties in Nederland staat voor een maatschappelijke ambitie die meer dan de moeite waard is. En dat spreekt me bijzonder aan.

Waar haal jij je kennis en inspiratie over het thema vandaan?

In de eerste plaats uit mijn werk. Elk project is een inspiratiebron en leerervaring. Al was het maar omdat elke non-profitorganisatie zo zijn eigen specifieke uitdaging met zich meebrengt.

In de tweede plaats uit de contacten met non-profitprofessionals en hun doelgroepen (de patiënten, cliënten, leerlingen, deelnemers, burgers, enz.). Ik loop vaak aan tegen professionals die vanuit een sterke betrokkenheid bij de doelgroep en de maatschappelijke functie die zij verrichten aan het werk zijn. Ook de kennismaking met de doelgroepen van deze organisaties draagt hiertoe bij: goed onderwijs, een goede gezondheid, werk, wonen in een veilige buurt, het doet er allemaal toe! En dan is het telkens weer een uitdaging om zakelijkheid en idealisme met elkaar in evenwicht te brengen. Daarnaast lees ik veel vakliteratuur, doe ik nog steeds mee aan trainingen en workshops en ga het gesprek aan met collega's.

Wat maakt dit thema zo belangrijk voor marketeers?

Non-profitorganisaties hebben baat bij marketing. Tenminste, wanneer hiervan weloverwogen en planmatig gebruik wordt gemaakt. Het in de commerciële wereld ontwikkelde marketinginstrumentarium kan niet klakkeloos worden ingezet in de non-profitsector. Er is een vertaalslag nodig. En dat maakt dit

thema zo belangrijk voor marketeers die werkzaam zijn in de non-profitsector. Velen worstelen met vragen: wie is onze klant, in hoeverre kunnen de wensen en behoeften van onze doelgroepen van invloed zijn op onze dienstverlening, en hoe meten we het maatschappelijke rendement?

Wat is jouw rol tijdens de NIMA Expert Class?

Ik wil vanuit mijn kennis en ervaring, vanuit theorie en praktijk, vooral de vertaalslag verduidelijken: waarin verschilt non-profitmarketing van marketing? Het gaat er mij om de deelnemers handvatten te geven die hen in staat stellen om in de eigen organisatie de gewenste vertaalslag te realiseren. Het liefst kom ik tijdens de expert class tot antwoorden op individuele maat van de deelnemers.

Waarom mag een marketeer deze expert class niet missen?

Deze expert class biedt een prachtige kans om met 'bloedverwanten' te praten over gemeenschappelijke uitdagingen, maar we maken ook de vertaalslag naar de praktijk. De vragen en uitdagingen waar non-profitmarketeers mee te maken hebben, krijgen alle aandacht. Mogelijk bedenken we ter plekke een antwoord of oplossing voor een nieuwe vraag of een onverwacht knelpunt.

Heb je alvast tips op het gebied van marketing voor non-profit?

Wantrouw iedereen die de zegeningen van marketing van de daken schreeuwt! De invoering van marketing vraagt veel van non-profitorganisaties en succes is van tevoren niet verzekerd. De belangrijkste uitdaging is niet om een deskundige marketeer te vinden. Besteed vooral ruime aandacht aan de noodzakelijke klantgerichte cultuur. Het dagelijkse doen en laten van medewerkers is je belangrijkste marketingtool.

25 MEI NIMA EXPERT CLASS: MARKETING VOOR NON-PROFIT-ORGANISATIES
Hoe wenselijk is marketing in de non-profitsector? Krijg in één dag een complete update over de zin en onzin van marketing in de non-profit, of publieke sector. Kijk voor meer informatie en inschrijven op www.nima.nl/marketingkalender.