



Check list voor de selectie van partners

Bij de speurtocht naar professionele partners om gezamenlijk de schouders te zetten onder een maatschappelijke uitdaging, kunnen organisaties zichzelf meerdere vragen stellen om te bepalen welke organisaties de meest geschikte partners zijn.

1. Wat is de plaats van een potentiële partner in en om de doelgroep (patiënten, cliënten, klanten, andere belanghebbenden)?
 - a. Invloed op situatie doelgroep(en) en andere belanghebbenden?
 - b. Invloed op probleem?
 - c. Invloed op oplossing?
 - d. Invloed op anderen die een relevante rol (kunnen) spelen?
2. Heeft een potentiële partner toegang tot gemeenschappelijke of aanvullende doelgroepen?
3. Is er sprake van een (deels) gezamenlijke probleemdefinitie?
4. Is er sprake van (deels) gezamenlijk ambitie(s)?
5. Zijn de (potentiële) partners in de samenwerking voldoende gemandateerd door de achterban om “zaken te kunnen doen”?
6. Hebben de verschillende (potentiële) partners verenigbare imago's?
7. Gaat het om in de sector/regio gerespecteerde en geaccepteerde partners?
8. Is samenwerking onder goede (zakelijke) condities te realiseren (verdeling taken en verantwoordelijkheden)?
9. Biedt de samenwerking met deze partner goede profileringsmogelijkheden?
10. Voegt samenwerking met deze partner waarde toe?
11. Is sprake van goede communicatie mogelijkheden?
12. Ondersteunt samenwerking met deze partij de geloofwaardigheid?
13. Is alles uitvoerbaar in een acceptabel tijdspad?
 - a. Zowel de eerste toenadering om te komen tot samenwerking
 - b. Als de feitelijke realisatie van de samenwerking
14. In welke mate sluiten culturen op elkaar aan: “klikt het voldoende tussen ons?”
15. Is het vertrouwen er?