

Influentials

Secundaire stakeholders

Uitkering instanties

GGZ

Primaire stakeholders

Social Impact Board

Aandeelhouders

Medewerkers

Klanten

Directie

Sociaal en/of
commercieel betrokken
relaties

UWV/
jobcoaches

Organisaties die
sociale
ondernemingen
ondersteunen en
certificeren

Mensen met autisme
In de maatschappij

Inhuur/ ZZP'ers

Onderzoeks
instellingen

Media

Overheden/
beleidsmakers

IT
communities

Collega
organisaties

Autisme belangen
organisaties

Mate van belang








Mate van invloed

	Laag	Matig	Hoog	Ze er Hoog
Ze er Hoog		IT communities	Medewerkers Klanten	Social Impact Board Aandeelhouders Directie
Hoog		Overheden/ beleidsmakers Media	Sociaal en/of commercieel betrokken relaties	2
Matig	Collega organisaties	Onderzoeks instellingen GGZ	UWV/ jobcoaches Inhuur/ ZZP'ers	Mensen met autisme In de maatschappij
Laag		Autisme belangen organisaties	Uitkering instanties	4

In de stakeholdersanalyse hierboven zijn de partijen op basis van belang en invloed ingedeeld. De stakeholders zijn weergegeven in een tabel die ingedeeld is op basis van de mate van invloed en de belangrijkheid van de stakeholders. De indeling is bepaald door de categorieën: beïnvloeder (1), sleutelfiguur (2), toeschouwer (3) en belanghebbende (4). De indeling van de stakeholders bepaalt de omgangs- en communicatiewijze.

Stakeholderdialoog

- 1.** Beïnvloeder: veel invloed, matig belang: communicatie op basis van gebeurtenissen/ontwikkelingen. Warme band is van belang, maar contact is niet regelmatig.
- 2.** Sleutelfiguur: veel invloed, groot belang: communicatie gebaseerd op intensief onderling samenwerken. Op dagelijkse of wekelijkse basis mondeling of per mail contact.
- 3.** Toeschouwer: weinig invloed, weinig belang: communicatie uitsluitend wanneer we iets voor elkaar kunnen betekenen.
- 4.** Belanghebbende: communicatie op basis van informeren over en weer. Praktisch contact vaak op wekelijkse basis omtrent dagelijkse gang van zaken. Weinig tot geen contact over strategische zaken.

Key Partners  <ul style="list-style-type: none"> • Social Enterprise • Externe - ZZP • Web-agencies • Management service providers • Specialisterren Social Impact board • Ambassadeurs • Social Impact Factory • Buy Social • Code Sociale Ondernemingen 	Key Activities  <p>Testen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handmatig • Geautomatiseerd • Performance <p>Overig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Robotic process automation • Business Intelligence 	Value Propositions  <ul style="list-style-type: none"> • Social Return • Het leveren van hoogwaardige testdiensten • Consistent en betrouwbaar in personeel en kennis • On demand Testing • Social return certificaat • IT Leverancier • Poortwachter voor digitale transformatie 	Customer Relationships  <ul style="list-style-type: none"> • Acquisitie • Account management • LinkedIn • Events/meetups • Testleads • Netwerk • Ambassadeurs 	Customer Segments  <ul style="list-style-type: none"> • MVI • Digital agencies • IT-sector • Overheid • Finance • E-health • E-commerce • Bedrijven die sociaal inkopen (MVI) • Bedrijven in digitale transformatie
Cost Structure  <ul style="list-style-type: none"> • Salarissen • Gebouw • Hard/software • Bedrijfsmiddelen • R & D • Opleiding & coaching 		Revenue Streams  <ul style="list-style-type: none"> • Opbrengst factory • Opbrengst inhuur externe - ZZP 		

Business Model Canvas