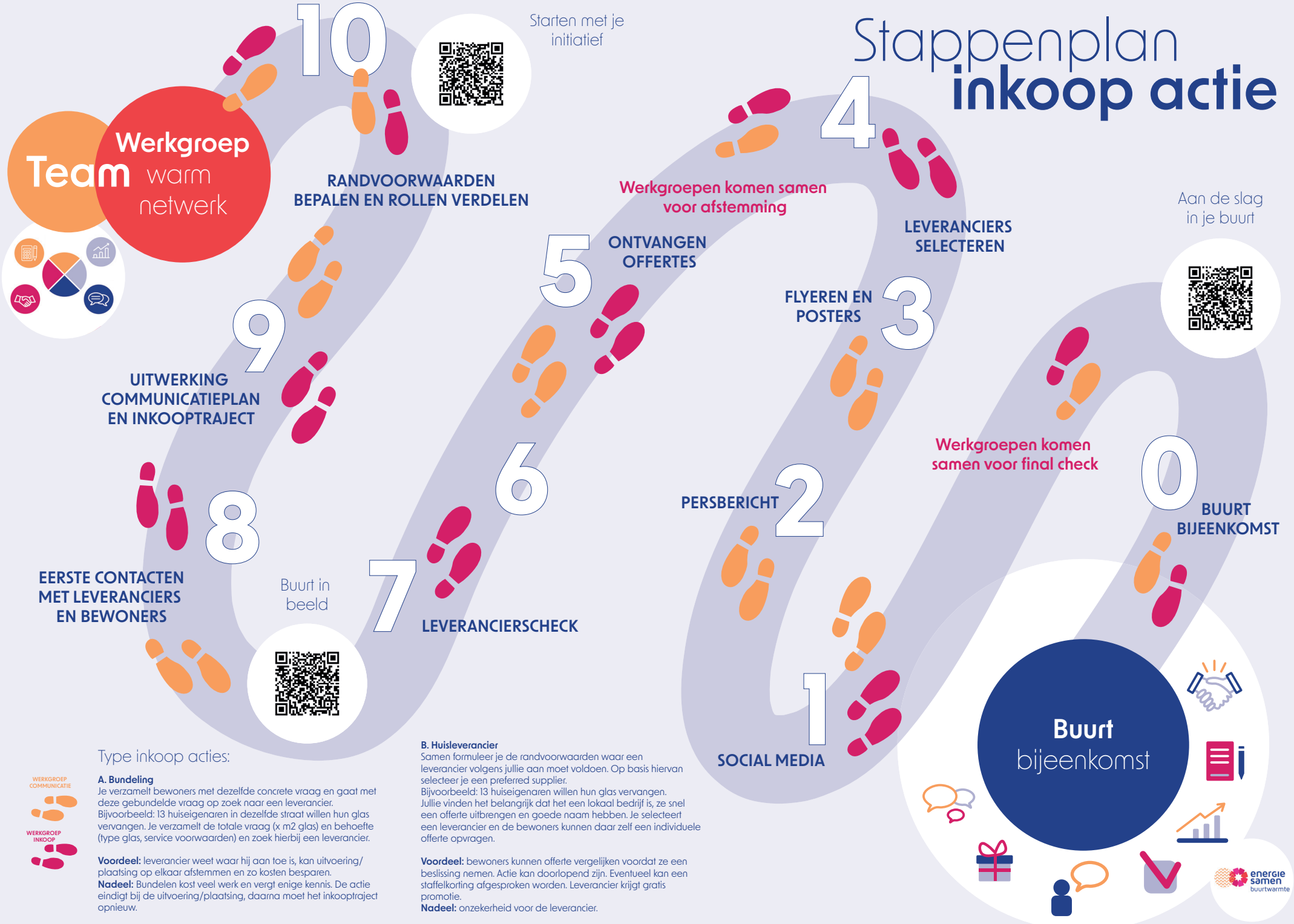


# Stappenplan inkoop actie



**Team** **Werkgroep warm netwerk**

Icons: calendar, pie chart, bar chart, handshake, speech bubble.

**10**

Starten met je initiatief

QR code

**RANDVOORWAARDEN BEPALEN EN ROLLEN VERDELEN**

Werkgroepen komen samen voor afstemming

**5** **ONTVANGEN OFFERTES**

**4** **LEVERANCIERS SELECTEREN**

Aan de slag in je buurt

QR code

**9** **UITWERKING COMMUNICATIEPLAN EN INKOOPTRAJECT**

**3** **FLYEREN EN POSTERS**

Werkgroepen komen samen voor final check

**0** **BUURT BIJENKOMST**

**8** **EERSTE CONTACTEN MET LEVERANCIERS EN BEWONERS**

Buurt in beeld

**2** **PERSBERICHT**

**1** **SOCIAL MEDIA**

**Buurt bijeenkomst**

Icons: handshake, document, bar chart, gift, person, speech bubble, checkmark.

**7** **LEVERANCIERSCHECK**

QR code

Type inkoop acties:

**A. Bundeling**  
 Je verzamelt bewoners met dezelfde concrete vraag en gaat met deze gebundelde vraag op zoek naar een leverancier.  
 Bijvoorbeeld: 13 huiseigenaren in dezelfde straat willen hun glas vervangen. Je verzamelt de totale vraag (x m2 glas) en behoefte (type glas, service voorwaarden) en zoek hierbij een leverancier.  
**Voordeel:** leverancier weet waar hij aan toe is, kan uitvoering/plaatsing op elkaar afstemmen en zo kosten besparen.  
**Nadeel:** Bundelen kost veel werk en vergt enige kennis. De actie eindigt bij de uitvoering/plaatsing, daarna moet het inkooptraject opnieuw.

**B. Huisleverancier**  
 Samen formuleer je de randvoorwaarden waar een leverancier volgens jullie aan moet voldoen. Op basis hiervan selecteer je een preferred supplier.  
 Bijvoorbeeld: 13 huiseigenaren willen hun glas vervangen. Jullie vinden het belangrijk dat het een lokaal bedrijf is, ze snel een offerte uitbrengen en goede naam hebben. Je selecteert een leverancier en de bewoners kunnen daar zelf een individuele offerte opvragen.  
**Voordeel:** bewoners kunnen offerte vergelijken voordat ze een beslissing nemen. Actie kan doorlopend zijn. Eventueel kan een staffelkorting afgesproken worden. Leverancier krijgt gratis promotie.  
**Nadeel:** onzekerheid voor de leverancier.



## 10. RANDVOORWAARDEN

### Checklist:

- Rollen verdelen: communicatie - inkoop
- Planning
- Randvoorwaarden inkoop (zie 9)
- Doelgroep en communicatie
- Presentatie eindresultaat
- Brainstormen over een leuke promotieactie
- Backoffice zelf of uitbesteden
- Eén of twee leveranciers als resultaat



## 3. FLYEREN

### Communicatie

Posters en flyers bij winkels, biëb, wijkcentra, sportverenigingen, enz

## 9. UITWERKING

### Inkoop

- Snelheid offerte/levering
- Service/bereikbaarheid
- Kwaliteit/prijs
- Lokaal of niet
- Helpen met subsidie aanvraag
- Inbreng in proces; bv presentatie bij buurtbijeenkomst, meebetalen aan communicatieplan.
- Planning inkoopactie uitwerken voor leveranciers
- Selectie leveranciers (goodwill)

### Communicatie

#### Communicatieplan:

- Hoe bereiken we de bewoners?
  - Informeren over de komende actie
  - Informeren over de bewonersavond
  - Informeren over de opvolging/resultaten
- Communicatie met gemeente/provincie
- Promotieactie uitwerken

### Checklist:

- Perslijst en inleverdata copy lokale media
- Persbericht met beeldmateriaal
- Content voor website/social-media/nieuwsbrief
- Werk de bestaande netwerken uit



## 8. EERSTE CONTACTEN

### Inkoop

- Benaderen leveranciers
- Evalueren over reactie en eventueel bijsturen.
- Selectiecriteria uitwerken in schema voor vergelijking

### Communicatie

#### Checklist:

- locatie bewonersavond boeken
- vooraankondiging op eigen website/ nieuwsbrief
- aanmelding bewonersavond op website live
- beslissen over eventuele livestream of opname
- leuke promotieactie lanceren
- Gebbruik je eigen warme netwerk



## 1. SOCIAL MEDIA

### Inkoop

Leverancier headsup geven

### Communicatie

Socialmedia campagne lanceren  
Programma dubbel check; muziek, techniek, locatie, catering, fotograaf.

## 7. LEVERANCIERSCHECK

### Inkoop

- Is de offerte vraag duidelijk?
- Missen ze iets?
- Lukt de afgesproken tijdsplanning?
- Houden ze rekening met aanwezigheid op bewonersavond?

## 5. ONTVANGEN OFFERTES

### Inkoop

Check: heb je alles? Eventueel bellen met je contactpersoon om extra info op te vragen.

### Communicatie

#### Checklist:

- Programma bewonersavond klaar.
- Muziek of andere culturele intermezzo boeken
- Techniek geregeld (geluid, licht, livestream)
- Catering geregeld (ook borrel na afloop)
- Fotograaf geregeld
- Posters/flyers (laten) ontwerpen en drukken
- Inschrijving voor actie op website standby



## 0. BUURT BIJeenKOMST

Programma:

1. Leuke kennismaking bedenken (werkgroep communicatie)

2. Uitleg over de avond, er worden foto's gemaakt (werkgroep communicatie)

3. Inhoudelijk stuk over waarom inkoopactie (werkgroep inkoop)

4. Presentatie selectieproces en criteria (werkgroep inkoop)

5. Presentatie leveranciers (leveranciers)

6. Winnaar prijsvraag/actie (werkgroep communicatie)

7. Borrel na afloop met mogelijkheid inschrijving (werkgroep inkoop)

## 4. LEVERANCIERS SELECTEREN

### Inkoop

#### Checklist:

- Selectie uitwerken in een overzichtelijk schema.
- Geselecteerde leverancier benaderen
- Afspraken maken over bewoners avond
  - Hoe lang duurt hun presentatie
  - Hebben ze een presentatie tafel
  - Blijven ze na afloop voor vragen
- Afspraken maken over opvolging
  - data prikken voor periodieke check
- Niet geselecteerde leveranciers bedanken

Aan de slag in je buurt



## -1 BUURT BIJeenKOMST OPVOLGING

### Inkoop

Succes vieren: persbericht over resultaten  
Succes vieren: samen leuk afsluiten

### Communicatie

#### Checklist:

- Website, socialmedia, nieuwsbrief actualiseren
- Persbericht lancering inkoopactie
- Foto's in gezamenlijke drive
- Reactie bewoners verzamelen voor evaluatie

Opvolging met leveranciers  
Periodiek evalueren afspraken