

Context

Nederland is op een cruciaal punt in haar ontwikkeling. Doorbraak naar de tweede schil (“tier 2”) staat om de hoek. Veel professionele vrijwilligers steken, vaak pro bono, de handen hiervoor al uit de mouwen. De meeste talentvolle en creatieve individuen werken als zelfstandige of in kleine organisaties. Er zit veel onzichtbaar talent potentieel gevangen in grote organisaties. De energie en de wil is er bij de ZZP-er. **Partnerweb** biedt een ideale **voedingsbodem** met de juiste geest en stabiliteit om die eenpitters, tweepitters en gasstellen te laten **floreren. Verdubbeling van parternomzet in 12 maanden is reëel.**

Wensen

- Met 60 partners nu continu aan het werk en €5M omzet en de potentie in de markt is een groei naar 120-150 effectieve partners reëel.
- Defragmentering en bundeling van de zeer vele ZZP-ers die zich vrij-willig vrij-blijvend met hun hart verbinden aan het Partnerweb.
- Continuïteit en tractie met een gezonde zakelijke zin voor beide partijen implementeren. Het akmanschap van Partnerweb.
- Energiek ZZP-talent beschikbaar integraal inzetten.
- Talent verborgen en gevangen in grote(re) organisaties de moed en gelegenheid geven voor de stap naar zelfstandigheid.
- Tijdelijke inkomstenverzekering bieden zonder de bijbehorende administratieve rompslomp.
- Individuele met de behoefte aan doorbraak die veel resonantie ervaren een gezonde voedingsbodem geven om hun ei te leggen en uit te broeden.

Oplossing

- **Sorry, we zijn open:** alles wat we doen, tot en met strategie en beleid volledig open, mits het onze continuïteit niet in de weg zit.
- Alle processen (marketing, engineering, business) volgens agile, chaordisch en systeemdenken oppakken en uitvoeren.
- Afrekenen op basis van combinatie van resultaat (succes) en inzet.
- De angel uit de “geen handel met vrijwilligerswerk”-contradictie halen door te bewijzen dat het werkt.
- Ervaringen te vangen in de vorm van Pattern Languages en Excellence Guides.
- Actief samenwerking zoeken met verlichte individuen en (kleine) organisaties op basis van wederzijds (economisch) voordeel en op alle gebieden (juridisch, fiscaal, organisatie, marketing, sales, ontwikkeling, personeel).
- Besluitvormingsprocessen te schoeien op een nieuwe leest dit past bij de nieuwe tijdsgeest (holacratisch).

DE BEDOELING	STRATEGIE & TAKTIK	EIGENAAR	KLAAR VOÓR:	METRIEK VOOR SUCCES
1. Het neerzetten van een “op alle SD kleuren” gezond partnerplatform: als het leidende en toonaangevende collectief voor bruikbare, betaalbare, werkende, innovatieve, implementaties op basis van open source.	1. Heldere beschrijving go-to-market strategie en aanpak.	TBS	Jun 2007	• Brand-click sessie strategie, beginselen, identiteit, visie, missie, waarden. • Plan van aanpak (maximaal 4 pagina’s).
2. Alle activiteiten richten op een Hele Aarde.	2. Scoren van drie “launching customers”.	TBS.	Sep 2007	• Eén klant met tenminste €100k waarde. • Twee klanten met tenminste €50k waarde.
3. Elk kwartaal met winst afsluiten zodat continuïteit en veerkracht geborgd worden.	3. Definieren en specificeren van beginselen, waarden, chaorganisatie.	TBS	Sep 2007	• Beginselen, bedoelingen, deelnemers, organisatie en bijbehorend evolutieproces gespecificeerd op website.
4. Aantrekken van creatief, bewust, jong en ervaren talent in het collectief.	4. Creëren van momentum door groei.	TBS.	Dec 2007	• Minimaal drie klanten van beide soorten (totaal zes dus). • Omzet tenminste €500.000.
5. Een gespreid bedje zijn en zekerheid bieden voor talenten die vanuit hun studie of vanuit een grotere organisatie op eigen benen willen gaan staan.	5. Marketen van de waardepropositie.	TBS.	Okt 2007	• Waardepropositie voor diverse doelgroepen helder. • Elevator pitch “battlefield-tested”. • Marketing collateral klaar (presentatie, flyer, brochure, booklet). • 4 persberichten en artikelen gepubliceerd. • Website up & running, inclusief inhoud.
6. Een werkomgeving en klantenkring bieden waarbij je je prettig voelt.	6. Werven van deelnemers.	TBS.	Okt 2007	• Zakelijke en emotionele waardebod helder en gepubliceerd. • Tenminste 13 zakelijke deelnemers van >15 personen in collectief. • Tenminste 23 ZZP-ers nemen deel in collectief.
7. “Zwaan-kleef-aan” effect veroorzaken onder genoten, klanten en software (viraal; “succes breeds succes”).	7. Opzetten Community Process en bijbehorende “governance” op basis van gezond zelf-helend reputatiesysteem	TBS.	Okt 2007	• Community Process staat op publieke website. • “Walk our talk”: wij werken zelf 100% volgens dat proces. • Compensatiestructuur gepubliceerd op website. • Doorstaat opzettelijke moedwillige beschadigingen.
8. Een landingsplaats zijn voor het hoeden en ontwikkelen van dit talent.	8. Volledig transparante en open communicatie van alle relevante informatie.	TBS.	Nov 2007	• Publicatie van (continu evoluerende) Excellence Guides voor Marketing, Ontwikkeling, Juridisch, Business, Business Conduct, Systems.
9. Een besmettelijk en schaalvrij voorbeeld neerzetten.				
10. Openheid, billijkheid, kameraadschap, respect.				