



DRESS FOR SUCCESS®

LEIDEN

WE GAAN VOOR GROEI



*De ambities van Dress for Success Leiden
2021-2025*

AMBITIES 2021-2025

- Dress for Success Leiden is een vrijwilligersorganisatie die succesvol is in het kleden van mensen met een minimuminkomen, die op zoek zijn naar een betaalde of onbetaalde baan. Onze ambitie is het bereik van onze klanten de komende jaren fors te verhogen. We stellen als doel het aantal (eerste en tweede) kleedsessies te verdubbelen van 250 naar 500 in 2025.
- We gaan daarvoor nauwer samenwerken en in gesprek met de doorverwijzers. Onze ambitie is dat een bezoek aan Dress for Success Leiden een standaard onderdeel uitmaakt van een re-integratietraject. We spreken met alle organisaties jaarlijkse streefcijfers af en monitoren de vorderingen. En we gaan ons werkgebied uitbreiden met Den Haag.
- Particulieren zijn de grootste donateurs van onze kleding, maar nieuwe kleding is belangrijk voor de uitstraling en ook voor bepaalde maten en trendgevoelige outfits. We gaan hiervoor actief partnerships aan met (lokale) modewinkels. We kijken voor partnerships ook naar bedrijven die zich met verzorging bezighouden en naar uitzendbureaus in de regio. Het gaat ons niet alleen om het versterken en verbreden van onze dienstverlening naar klanten, maar ook om bedrijven die graag maatschappelijk betrokken willen zijn, de kans te geven bij te dragen aan onze missie.
- Dress for Success Leiden is geen 'kledingbank', waarbij we niets afdoen aan het belang van gratis kleding, juist in deze tijd. Maar we houden vast aan de missie van Dress for Success wereldwijd, namelijk het ondersteunen van mensen in het traject (terug) naar de arbeidsmarkt. Het geven van 'gratis kleding' is bovendien maar een aspect van onze dienstverlening. Als klanten terugblikken op hun bezoek aan de winkel hebben ze het vaker over de begeleiding die ze hebben ervaren door onze vrijwilligers dan sec over de kleding.
- In onze communicatie gaan we meer dan tot nu toe het beleid toetsen op het bereiken van doelgroepen die voor ons relevant zijn, waarbij de doorverwijzers het belangrijkste zijn. We gaan onze communicatiemiddelen aanscherpen en meer richten op onze ambities. Een aantal basale middelen moet op orde zijn: een goede set flyers en folders met eenduidige uitstraling geschikt voor specifieke doelgroepen en een professioneel uitziende website.
- We leggen de lat hoog. De winkel moet er piekfijn uitzien, de website op orde, de bejegening van onze klanten en kledingbrengers top en de communicatie met de doorverwijzers en de rest van de buitenwereld professioneel. We moeten het daarbij niet hebben van de 'gunfactor': 'leuk dat jullie dat doen', maar van de effectiviteit van ons werk: 'goed dat jullie er zijn'. Om dat in onze sterk veranderende en veeleisende omgeving mogelijk te maken stelt Dress for Success Leiden voor iedere vrijwilliger budget beschikbaar om zich verder te ontwikkelen.

WE GAAN VOOR GROEI

Dress for Success Leiden is succesvol in het kleden van mensen die op zoek zijn naar een (nieuwe) betaalde of onbetaalde baan. Klanten waarderen ons gemiddeld met een 8,8 en ruim 60% krijgt de baan waarop ze hebben gesolliciteerd. Mensen die bij ons in de winkel komen zijn gemiddeld meer dan twee jaar werkloos. Als klanten zijn aangenomen voor een baan mogen ze terugkomen voor een tweede kleedsessie. Dress for Success heeft een mooie en gemakkelijk bereikbare winkel in het centrum van Leiden. Onze kledingadviseurs stellen onze klanten op hun gemak, nemen de tijd, stralen vertrouwen of betrouwbaarheid uit en adviseren met kennis van zaken.

Toch bereikt Dress for Success Leiden maar een klein deel van de doelgroep: mensen met een minimum inkomen die op zoek zijn naar een betaalde of onbetaalde baan. Het laatste jaar voor corona hadden wij 250 kleedsessies, waaronder ook 'tweede kleedsessies'. In 2020 is dit aantal natuurlijk fors teruggevallen, tot 130. We moeten deze aantallen niet bagatelliseren. Veel mensen profiteren uiteindelijk van het bestaan van Dress for Success Leiden en onze klanten zijn super tevreden, maar juist daarom willen wij het bereik van onze klanten de komende jaren fors verhogen. We hebben onze doelgroep qua omvang niet goed in beeld, maar het is duidelijk dat we in ons werkgebied veel meer klanten moeten kunnen bedienen.



We stellen als doel het aantal (eerste en tweede) kleedsessies te verdubbelen van 250 naar 500 in 2025. Zo kunnen we veel meer voor werkzoekenden betekenen en we verwachten dat dat na corona hoognodig is.

NAUWER SAMENWERKEN

Onze ambitie is dat een bezoek aan Dress for Success Leiden een standaard onderdeel uitmaakt met een re-integratietraject. Uitstraling bij een sollicitatie of kennismaking is altijd en voor iedereen een belangrijke factor voor het krijgen van een onbetaalde of betaalde werkplek.

Voor onze groei-doelstelling zijn we sterk afhankelijk van de doorverwijzers. Verreweg het grootste deel van onze klanten zit in een re-integratietraject en wordt doorverwezen door de klantmanagers van de gemeenten/re-integratiebedrijven. We hebben goede contacten met de doorverwijzende organisaties, maar niet altijd met de klantmanagers. We willen graag dat zij onze organisatie beter leren kennen. We willen hen vaker uitnodigen in de winkel om persoonlijk te laten zien hoe wij werken. We gaan bespreken hoe we elkaar kunnen helpen om onze gezamenlijke doelgroep beter van dienst te zijn. Waar liggen ook zwaktes en valkuilen en wat zouden we kunnen verbeteren? Individuele doorverwijzers zijn onze ambassadeurs en wij willen hen bereiken zodat zij ons kennen, weten wat we doen en enthousiast zijn om klanten door te verwijzen. We maken daarvoor ook een professionele video over ons.

We spreken met alle organisaties jaarlijkse streefcijfers af en monitoren de vorderingen. We hebben een paar keer per jaar contact met de accountmanagers over de cijfers, de ervaringen en wat beter zou kunnen.

We gaan door met de kleinschalige workshops. Door Corona moesten we noodgedwongen onze grote workshops afschalen, maar dit bleek een groot succes waardoor we deze formule handhaven. De workshops zijn laagdrempelig, informeel en zorgen meteen voor kleedsessies. Vaak zijn de klantmanagers erbij zodat ook zij direct kunnen ervaren welke impact onze dienstverlening heeft op de klanten. In overleg met de doorverwijzers gaan we kijken of een 'waardebon' voor een kleedsessie door klanten gewaardeerd zou worden.

En we gaan ons werkgebied uitbreiden. In 2019 sloten we een eerste contract met 'Rijswijk', in 2021 kwamen daar 'Wassenaar' en 'Leidschendam-Voorburg' bij en we mikken voor 2022 op een contract met 'Den Haag'. Onze nieuwe winkel is optimaal bereikbaar met het openbaar vervoer, ook vanuit Den Haag. De reistijd is gemiddeld niet langer dan vanuit Zoetermeer of Alphen aan de Rijn. We gaan gericht contacten leggen in Den Haag, ondersteund door een adequate communicatie.

PARTNERSHIPS

Particulieren zijn de grootste donateurs van onze kleding. Daar zijn we blij mee. Het geeft ook aan dat Dress for Success Leiden een organisatie is die bekendheid geniet, een goede reputatie heeft en waar mensen graag aan willen bijdragen. We bieden ook nieuwe kleding aan. Dat is belangrijk voor de uitstraling, maar ook voor bepaalde maten en trendgevoelige outfit. We willen hiervoor partnerships aangaan met (lokale) modewinkels.

Qua partnerships kijken we verder dan alleen kleding. Ook bedrijven die zich met verzorging bezighouden zullen wij actief benaderen om samenwerking te bespreken.

Op het gebied van de arbeidsmarkt zoeken we contact met uitzendbureaus in de regio. We hebben al contact met Luba. Wat kan Dress for Success Leiden voor uitzendkrachten betekenen?

We gaan de partners betrekken in onze communicatie: wat houdt een partnership in en wat levert het op? Het gaat ons niet alleen om het versterken en verbreden van onze dienstverlening naar klanten, maar ook om bedrijven die graag maatschappelijk betrokken willen zijn, de kans te geven bij te dragen aan de missie die bij ons centraal staat: het bevorderen van economische zelfstandigheid van mensen met een minimuminkomen.



VASTHOUDEN AAN ONZE MISSIE

Door de pandemie is veel veranderd. Particulieren doneren meer kleding dan ooit en tegelijkertijd is de armoede in Nederland toegenomen. In onze ambitie meer klanten te willen trekken, is het verleidelijk om onze doelgroep wat op te rekken tot mensen die onze kleding goed kunnen gebruiken, los van de zoektocht naar een betaalde of onbetaalde baan. Toch doen we dat niet. We houden vast aan de missie van Dress for Success wereldwijd, namelijk het ondersteunen van mensen in het traject (terug) naar de arbeidsmarkt. Bovendien is het geven van 'gratis kleding' maar een aspect van onze dienstverlening. Als klanten terugblikken op hun bezoek aan de winkel hebben ze het vaker over de begeleiding die ze hebben ervaren door onze vrijwilligers dan sec over de kleding.

Dat doet niets af aan het concept van 'weggeefwinkel' of 'kledingbank' die een wezenlijke bijdrage leveren aan de bestrijding van armoede, maar Dress for Success Leiden heeft een andere doelstelling. We doneren op onze beurt goede, maar overvloedige kleding die we binnenkrijgen aan BuZz, waarmee we indirect toch van betekenis kunnen zijn voor mensen die kleding goed kunnen gebruiken.



FOCUS OP COMMUNICATIE

Het is van belang onze bekendheid te vergroten: meer mensen informeren over en blijven interesseren voor Dress for Success Leiden.

We voelen ons dan wel geen 'kledingbank', maar in onze uitingen gaat het toch vaak over kleding, zoals bij voor en na foto's. In onze communicatie gaan we meer benadrukken dat mensen na een bezoek aan de winkel met name een boost krijgen in zelfvertrouwen en het besef dat uitstraling ertoe doet. Dat is misschien nog wel belangrijker dan de cijfers van de geslaagde sollicitaties. We gaan meer klantverhalen en quotes inzetten in onze communicatie en consequent kiezen voor de goede eenduidige tone of voice'. Het belang van het 'laden van het merk' geldt voor het hele concept van Dress for Success. Daarom zullen we de aanpak hiervan bespreken met de andere Dress-winkels zodat we gezamenlijk komen tot een adequatere duiding van wat we doen en de impact daarvan op mensen. We streven in het algemeen op het gebied van PR naar een nauwere samenwerking met de andere winkels en Dress for Success NL.

In onze communicatie gaan we meer dan tot nu toe het beleid toetsen op het bereik van doelgroepen die voor ons relevant zijn, waarbij de doorverwijzers het belangrijkste zijn voor de effectiviteit van Dress for Success Leiden. Daarnaast zijn algemene naamsbekendheid en het bereiken van een positief imago van belang, maar ook dan toch primair met name waar het de uitstraling naar de doorverwijzers betreft. Met onze Nieuwsbrief willen we de doorverwijzers beter bereiken.

We gaan onze communicatiemiddelen aanscherpen en meer richten op onze ambities. Een aantal basale middelen moet op orde zijn: een goede set flyers en folders met eenduidige uitstraling, geschikt voor specifieke doelgroepen en een professioneel uitziende website. We gaan het aantal relaties via social media vergroten en deze kanalen, net als de website en de nieuwsbrief benutten om dit netwerk te informeren en aan te spreken met - waar relevant - een duidelijke 'call to action'.

INTERN ONTWIKKELEN

We kunnen onze ambities alleen maar waarmaken als we op alle onderdelen van wat we doen de lat hoog leggen. De winkel moet er piekfijn uitzien, de website op orde, de bejegening van onze klanten en kledinginbrengers top en de communicatie met de doorverwijzers en de rest van de buitenwereld professioneel. We moeten een aantrekkelijke partij zijn om mee samen te werken. We moeten het daarbij niet hebben van de 'gunfactor': 'leuk dat jullie dat doen', maar van de effectiviteit van ons werk: 'goed dat jullie er zijn'. Of sterker nog: 'ik moet er niet aan denken dat jullie stoppen'.

Inmiddels blijft onze omgeving veranderen en worden er steeds weer nieuwe eisen gesteld. Daar moeten we alert op blijven en ons blijven ontwikkelen.

Daarom stelt Dress for Success Leiden iedere vrijwilliger in de gelegenheid zich verder te ontwikkelen. Daar is een jaarlijks budget voor. Zo hebben we niet alleen de blik naar buiten maar ook naar binnen, want de grootste kracht van Dress for Success Leiden zit in de gemotiveerde groep vrijwilligers die zich altijd betrokken weet en er altijd voor staat.

*We gaan ervoor!
Voor groei!*

