



# Wakibi jaarplan 2022

# Jaarplan 2022-2024



Het doel is om het jaarplan voor 2022 door te laten lopen in 2023 en 2024, waarbij de meest succesvolle acties zullen worden voortgezet en activiteiten die minder aanspreken, worden vervangen.

Ook zullen nieuwe ideeën die in de loop van de tijd ontstaan, worden uitgewerkt. Een voorbeeld: in 2021 is een Wakibi Women Empowerment Fonds opgericht met een abonnements fonds. Hiervoor worden doorlopend vanaf kwartaal 4 2021 fondsen verworven.

Nieuwe abonnements fondsen kunnen vanaf 2023 volgen (voorbeeld Wakibi Landbouw Fonds)

# Jaarplan 2022



Het jaarplan 2022 beschrijft plannen op het gebied van finance, marketing, IT, vrijwilligers, fondsenwerving en het optimaliseren van het Women Empowerment Fonds.

Het fondsenwervingsplan is uitgewerkt in twee activiteitenplannen die zich op de Wakibi drive bevinden. Ook de marketingstrategie en de marketing activiteiten kalender bevinden zich op de drive.

# Terugblik 1/4



2021 was een succesvol, mooi jaar voor Wakibi. Er is een groei van meer dan 67% gerealiseerd. (Lening bedrag)

Het 10 jarig jubileum werd groots online gevierd.

Social media heeft gezorgd voor een flinke aanwas van nieuwe uitleners en een groei in lening bedrag.

Gerealiseerd:

1. Always one laag geïmplementeerd op social media.
2. Women Empowerment Fonds (met mogelijkheid van abonnementsvorm)
3. Succesvolle online jubileum meeting
4. Groeidoelstelling 25% gesteunde projecten behaald. Actual YTD 26%

# Terugblik 2/4



Het WEF werd gestart met mooie PR & publiciteit.

Anderzijds blijft het lastig om vanwege beperkingen vrijwilligers gemotiveerd te houden en nieuwe sponsors aan te trekken.

Zie gerealiseerde sponsors/partners [op de drive](#).

# Terugblik 3/4

IT team is stabiel en succesvol. Team wordt beperkt door de capaciteit Lynx.

Gerealiseerd:

1. Basis op orde mbt persoonsgegevens, veiligheid
2. Pen testen succesvol afgerond
3. Tikkie geïmplementeerd
4. Abonnementsvorm WEF geïmplementeerd
5. Structurele meetings met Lynx mbt prioriteit
6. Nieuwe methode terugbetaling koersverschil.

-67% groei is uitstekend resultaat. Nadere analyse groei leidt tot volgende inzichten:

- van de 10.000 geregistreerde uitleners zijn er 2.722 echt actief
  - het aantal actieve leden lijkt in '21 gelijk gebleven te zijn.
  - het partnerprogramma is succesvol, er zijn nu 16 grotere partners
  - WEF lancering is beperkt succesvol, 35 abonnementhouders (vrouwen netwerken zijn nog niet geactiveerd)
  - Zichtbaarheid vergroot van Wakibi ondanks beperkt budget
- Koppeling Wakibi met microkredieten is niet automatisch
- Verloop vrijwilligers in sommige teams groot

# Vooruitblik 1



We continueren de zoektocht naar nieuwe partners en major donors.

Focus ligt op vermogensfondsen, foundations, bedrijfsleven, familiebedrijven en charity desk. Daarbij worden verzoeken gedaan voor grotere uitleen- en sponsorbedragen.

Er wordt gezocht naar een **activatie** die voor het MKB relevant is. Voorstel:  
Land & Tuinbouw

**Optimalisatie** van het Women Empowerment Fonds. Zowel de vorm inhoudelijk als het vermarkten van het fonds.



## Vooruitblik 2



Er komt een **activiteitenplan '22** waarbij het naamsbekendheid van **Wakibi** centraal staat. Daarnaast wordt er een marketing communicatie plan opgesteld gericht op zakelijke markt voor **Women Empowerment Fonds**.

Doelstellingen bepalen per team.

Plan behoud en aantrekken van vrijwilligers.

Effectiever gebruik maken van de Power BI om frequente rapportages te maken (oa voor partners).

Contact met Kiva behouden en versterken

Focuspunten bij aan het verder ontwikkelen van Wakibi en het behalen van de groei doelstellingen van Wakibi:

- Naamsbekendheid van Wakibi vergroten
- WEF optimaliseren en vermarkten
- Aantrekken en behouden van:
  - Nieuwe leden & activeren (1000 extra in 2022)
  - Partners (min. 5 per jaar)
  - Vrijwilligers 3 x (online) bijeenkomst

Zie [Roadmap 2022](#)



# Aanpak groei scenario



- I Particuliere uitleners (*via huidige online marketing activiteiten*)
- II Bedrijven:
  - a) Grote partners: Foundations, Fondsen, nalatenschappen (*team Sylvia*)
  - b) Netwerken vrouwelijke ondernemers/ succesvolle vrouwen (*vacature & contentstrategie LinkedIn*)
  - c) Onderzoek specifieke kansen in MKB (IT, land en –tuinbouw)

## **Ambitie:**

- I: groei actieve uitleners van 2.722 nu naar 10.000 in 2025  
(van 1,3M Euro's naar >5M Euro's)
- II a): Partners van 16 naar 30 in 2025

# Voorstel groei WEF



Het WEF richt zich nu op zowel de particulier als op de zakelijke markt. Waardoor de kans bestaat dat geen van de doelgroepen zich voelt aangesproken. Advies is om de doelgroep te specificeren. Voorstel:

- Succesvolle vrouwelijke ondernemer
- Vrouwen die andere vrouwen vooruit helpen/teruggeven aan maatschappij
- Netwerken van vrouwen (ondernemers)

Communicatiemiddel: LinkedIn (zakelijke markt).

Voorstel om donatie bedragen op te hogen (het start nu vanaf 5 euro). -> Starten vanaf 100 p/m (Effort vs opbrengst/impact)

Doelstelling: 100% groei indien plan akkoord (uitbreiding team)

# Groei scenario's



Going concern	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Actieve uitleners</b>	2725	3100	3500	4000	4500
Euros	€ 868,500	€ 1,259,325	€ 1,637,125	€ 1,964,542	€ 2,357,456
<b>Grote partners</b>	16	19	21	23	25
Euros	€ 468,300	€ 679,035	€ 882,746	€ 1,059,295	€ 1,218,189
<b>Totaal euros</b>	€ 1,336,800	€ 1,938,360	€ 2,519,868	€ 3,023,837	€ 3,575,645

	2022	2023	2024	2025
	14%	13%	14%	13%
	45%	30%	20%	20%
	19%	11%	10%	9%
	45%	30%	20%	15%

Groei scenario	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Actieve uitleners</b>	2725	3500	5500	7500	10000
Euros	€ 868,500	€ 1,389,600	€ 2,501,280	€ 4,002,048	€ 6,203,174
<b>Grote partners</b>	16	21	26	30	35
Euros	€ 468,300	€ 702,450	€ 948,308	€ 1,185,382	€ 1,422,461
<b>Totaal euros</b>	€ 1,336,800	€ 2,092,050	€ 3,449,588	€ 5,187,430	€ 7,625,636

	2022	2023	2024	2025
	28%	57%	36%	33%
	60%	80%	60%	55%
	31%	24%	15%	17%
	50%	35%	25%	20%

## Additionele investering

Additionele investering onli	€	17,000	€	18,000	€	19,000	€	20,000
Extra capaciteit Sylvia	€	21,700	€	27,500	€	29,000	€	30,000
WEF dedicated	€	13,000	€	16,500	€	17,000	€	18,000
	€	34,700	€	44,000	€	46,000	€	48,000

1000 extra uitleners voor €25

Sylvia van 20 uur naar 24 uur (€870 pm), ass 1 dag €1300, 10 maanden in 2022  
8 uur WEF €1300, 10 maanden in 2022

Het bedrag onder leningen is het bedrag tegen de standaard dollar koers €25=\$25

	Actual	Actual	Actual	Actual	Budget	Voorlopig	Concept budget	Concept budget	Concept budget
in €	jaar 2017	jaar 2018	jaar 2019	jaar 2020	jaar 2021	jaar 2021	jaar 2022	jaar 2023	jaar 2024
Sponsorbijdragen	€ 39,759	€ 42,491	€ 44,643	€ 40,755	€ 80,000	€ 77,541	€ 96,000	€ 116,000	€ 126,000
Vergoeding WEF						€ 3,474	€ 4,000	€ 4,000	€ 4,000
Extra nieuwe partners							€ 25,000	€ 30,000	€ 35,000
Opbrengst reizen							€ 15,000	€ 15,000	€ 15,000
Evenementen	€ -	€ 5,614	€ -	-	€ 10,000	€ 3,492	€ 5,000	€ 5,000	€ 5,000
Vervallen cadeaubonnen	€ 12,003	€ 15,075	€ 9,825	€ 13,422	€ 500	€ 5,950	€ 3,000	€ 3,000	€ 3,000
Vrijval stilstaande gelden	€ -	€ -	€ -	€ 45,651	€ 1,000		€ 2,000	€ 3,000	€ 4,000
Donaties particulieren	€ -	€ 10,000	€ 10,710	€ 13,012	€ 13,000	€ 12,770	€ 5,000	€ 7,000	€ 9,000
Donaties online, extra leden							€ 10,000	€ 11,000	€ 12,000
Donaties online	€ 12,633	€ 26,360	€ 34,070	€ 28,547	€ 30,000	€ 37,377	€ 42,000	€ 46,000	€ 50,000
Totaal baten	€ 64,395	€ 99,540	€ 99,248	€ 141,387	€ 134,500	€ 140,604	€ 207,000	€ 240,000	€ 263,000
Salaris kosten/inhuur	€ 39,917	€ 63,256	€ 64,101	€ 90,375	€ 80,000	€ 82,553	€ 91,000	€ 101,000	€ 110,000
Extra headcount voor werving							€ 27,760	€ 44,000	€ 46,000
Operationeel	€ 1,025	€ 3,041	€ 3,192	€ 3,429	€ 2,500	€ 2,654	€ 2,800	€ 3,000	€ 3,000
Kosten website en overige IT	€ 3,705	€ 15,194	€ 5,387	€ 2,768	€ 10,000	€ 11,956	€ 10,000	€ 10,000	€ 10,000
Huisvesting	€ 1,940	€ 2,434	€ 933	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Marketing kosten	€ 2,476	€ 1,460	€ 3,178	€ 11,615	€ 26,000	€ 27,787	€ 25,000	€ 30,000	€ 35,000
Extra marketing social medea							€ 17,000	€ 18,000	€ 19,000
fondsenwerving							€ 5,000		
fondsenwerving, kosten reizen							€ 3,500	€ 3,700	€ 4,000
Accountants kosten	€ 2,420	€ 2,642	€ 2,548	€ 5,466	€ 5,000	€ 5,040	€ 5,400	€ 6,000	€ 6,500
Kosten evenementen	€ -	€ 2,926	€ -	€ -	€ 2,400	€ 2,964	€ 2,000	€ 2,000	€ 2,000
Bankkosten	€ 754	€ 1,427	€ 1,335	€ 1,727	€ 2,000	€ 1,899	€ 2,500	€ 3,000	€ 3,500
Reservering verliezen op leningen	€ -	€ 568	€ 3,026	€ 4,782	€ 3,000	€ 3,000	€ 4,000	€ 4,000	€ 4,000
Rente lasten	€ 595	€ 608	€ 248	€ -2	€ -	€ 50	€ -	€ -	€ -
Overige baten en lasten	€ 226	€ -	€ 103	€ -	€ 500	€ 500	€ 1,000	€ 1,000	€ 1,000
Totaal der lasten	€ 53,058	€ 93,556	€ 84,051	€ 120,160	€ 131,400	€ 138,403	€ 196,960	€ 225,700	€ 244,000
Winst (verlies)	€ 11,337	€ 5,984	€ 15,197	€ 21,227	€ 3,100	€ 2,201	€ 10,040	€ 14,300	€ 19,000
	Actual	Actual	Actual	Actual	Budget	voorlopig	Concept budget	Concept budget	Concept budget
	jaar 2017	jaar 2018	jaar 2019	jaar 2020	jaar 2021	jaar 2021	jaar 2022	jaar 2023	jaar 2024
Leningen	€ 263,196	€ 335,541	€ 621,051	€ 694,637	€ 1,000,000	€ 1,162,062	€ 2,092,050	€ 3,449,588	€ 5,187,432
groei leningen tov voorafgaand jaar		27%	85%	12%	44%	67%	80%	65%	50%
Het bedrag onder leningen is t/m 2021 gecorrigeerd voor het verschil tussen de standaard koers en de werkelijke dollar koers									

KPI's	Q1	Q2	Q3	Q4
Aantal actieve uitleners*	2725	3000	3200	3500
Aantal nieuwe uitleners	200	200	300	300
Uitleen bedrag euro's	868500	1190000	1270000	1389600
Aantal partners	14	16	16	21
Euro's	468000	500000	500000	702450
Totaal uitgeleend bedrag	1336500	1690000	1770000	2092050
Kostenbeheersing	100%	100%	100%	100%
Openstaande vacatures	8	6	4	<4

\* Indien mogelijk data uit Power BI



#### Social Media KPI's

Facebook doelen	Bereik	Vind ik leuk's	Opmerkingen	Deelacties
Gem. per post	519	17	1	2
Groei gemid. per post	20%	5%	9%	12%
Instagram doelen	Bereik	Vind ik leuk's	Opmerkingen	Deelacties
Gem. per post	237	20	0.9	0.04
Groei gemid. per post	20%	10%	10%	90%
Linkedin doelen	Bereik	Vind ik leuk's	Opmerkingen	Deelacties
Gem. per post	600	25	0.5	2.2
Groei gemid. per post	20%	10%	10%	10%
Registratie % (advertising)	1.80%			

#### Advertising KPI's

Channel	Cost	Viewable impressies	Impressies	Reach	Clicks	CPM	CPC
Google	5000	Na	37500	Na	6250	Na	0.8
Display	1200	171429	342857	97959%	857	3.5	1.4
Youtube	1800	180000	360000	102857	900	5	2
Facebook + Instagram	4000	Na	666667	222222	5000	6	0.8
<b>Totaal Media</b>	<b>12000</b>	<b>Na</b>	<b>1407024</b>	<b>351756</b>	13007	8.5	0.9



# TBV groei: Persona's Wakibi definiëren

Persona definiëren die leidend is in communicatie naar particulieren



## 1. Doelgroep Wakibi. Persona kenmerken:

- Reislustig (Azië, Afrika en/of Zuid Amerika)
- Ondernemend
- Hulpvaardig/ vooruitstrevend / "christelijke motieven"

## 2. Doelgroep Women Empowerment. Persona kenmerken:

- Succesvolle vrouwelijke ondernemer
- Andere vrouwen vooruit helpen/teruggeven aan maatschappij

## 3. Vermogensfondsen en bedrijven

# Voorstel bestuur



- Doelgroep onderzoek onder huidige uitleners dmv enquête.
- Wakibi persona verder onderbouwen en uitwerken t.b.v. mar uitingen en com.
- Leidend maken in communicatie naar particulieren

# Voorstel naamsverandering Wakibi



Opties:

1. Kiva Nederland / België

-Toestemming. Checken values

2. Wakibi -> nadruk op microkredieten

- Advies: geen structurele verandering website totdat dit besloten is

# Bijlage plannen

- Marketing Particulier
- Marketing Zakelijke markt
- Partner Management / sponsoren
- Organisatie
- Financiën/Admin
- IT

# Marketing Wakibi (particulier)

- Prio: optimaliseren website (microkredieten terug laten komen)
- Q4/Q1 uitwerken marketing/pr activiteiten met als doel: nieuwe leden aantrekken en financiële groei realiseren.
- Samenwerking met partners gebruiken (bereik vergroten).
- Implementatie en uitvoeren content/social strategie + pijlers
- Doelgroep/ persona onderzoek
- Meeliften op de week van de microkredieten
- Emailmarketing optimaliseren en inzetten
- Social media budgetten/advertising opschalen
- Inhaken op december geef maand
- Google Analytics e-commerce (roi) implementeren

# Marketing Wakibi (zakelijke markt + WEF)

- Optimaliseren WEF pagina
- Samenwerking met partners benutten (bereik vergroten).
- Implementatie en uitvoeren content/social strategie + pijlers
- December geefmaand
- Cadeaubonnen (samenwerking met kerstpakket bedrijven)
- Emailmarketing optimaliseren en inzetten
- Spreken op events, geven van workshops (min. 4 per jaar)
- Opstarten van Podcast (doelstelling: 12 podcast per jaar)

# Partner Management / sponsoren

Vergroten uitleen - en sponsorbedragen via:

- foundations & vermogensfondsen
- bedrijfsleven (corporate) en MKB familiebedrijven
- charity desks banken
- NPL Postcode Loterij
- Women Empowerment Fonds onder de aandacht brengen (donaties)
- [Donateursreis](#) (voorbereiding)
- nalatenschappen
- Wilde Ganzen
- Ondersteuning akties particulieren voor eigen fondsenwerving (bijv. gesponsorde hardloop/marathon/wandeltochten) - aanhaken bij

# Organisatie

- Versterk onderbezette teams (financiën!)
- Terugdringen verloop dmv betere verbinding
  - 6 wekelijkse teamleider overleg
  - Online kwartaal bijeenkomst met alle vrijwilligers
  - 3 keer per jaar een (online) vrijwilligersmiddag
  - Maandelijkse nieuwsbrief/updates versturen naar organisatie
- IT: middelen tijdig beschikbaar ter ondersteuning activatie marketing en partnership programma's



# Financiën

- Groei door beheerde fondsen voor derden
- Beheerd Wakibi fonds vanuit beschikbare liquiditeit
- Groei automatische incasso. Gekoppeld aan:
  - Zakelijke fonds abonnementen zoals bv. ‘women empowerment’
- De groei creëert veel vragen van uitleners en meer admin werk, versterking structuur
- Maandelijkse rapportage verbeteren en versnellen, incl. KPI's
- Kennisopbouw voor beter gebruik PowerBI

# Finance/ Administratie

- Huidige situatie: het team bestaat uitsluitend uit vrijwilligers.

Plan voor 2022:

- Vrijwilligers + aantal betaalde uren
- Vrijwilliger (Rutger) + Falcon accountants: administratie
- Verbeterde rapportages , incl. KPI's

# IT

- Alternatief zoeken voor capaciteit issues Lynx
- Tickets sneller afronden
- Frontend / UX website verbeteren (flexibiliteit)
- Problemen rondom verzenden nieuwsbrief/ mailing oplossen
- Oplossen verschillen tussen data Kiva en Nova

Zie jaarplan <Link>

## IT draft jaarplan

Omschrijving in jaarplan	IT-actie	Trekker	Team	Datum gereed
alternatief voor Lynx (capaciteitsissues)	Actieplan maken	Werner	Remmelt, Marloes, Sjang	
tickets sneller afronden	Actieplan maken	Werner	Remmelt, Gijs, Marloes	
Frontend / UX website verbeteren	Sessie organiseren met Michiel, Marije, Marloes, Gijs.	Werner	UX-er	
hosting stabiliteit --> dit is meer een probleem rond verzenden van nieuwsbrief / mailings (backend configuratie met die van de hosting partij), maar de specificaties zijn nog niet helder.	In samenwerking met Lynx onderzoeken waar de instabiliteit door wordt veroorzaakt. Pas vanaf maart heeft Gijs meer tijd.	Gijs		
Optimalisatie WEF-fonds	Afhankelijk van plan Marije of er impact op IT is	Marije	UX-er	
Het integreren van systemen om effectiever te kunnen werken en frequente rapportages te maken (oa voor partners).	Eerst Power BI beter leren kennen en uitnutten alvorens we de volgende stap nemen.	Sylvia		
e-mail marketing optimaliseren	Met KIVA overleg. Daarna plan Marije afwachten.	Marije		
implementatie contenstrategie voor particulieren / bedrijven en inrichten funnels	Marketingplan Marije concreet maken	Marije		
e-commerce (ROI) invoeren	Marketingplan Marije concreet maken	Marije		
vereenvoudigen cadeaubonnen tool	Gereed. Meerdere cadeaubonnen kan inmiddels.			afgerond december 2021
Huis op Orde: backup en herstelprocedure website/backend		Gijs		
Password manager	Implementeren password manager binnen Wakibi	Gerda		