



Voorstellen van diverse masterclasses in het kader van MVO-basisaanbod



MVO IN 1 DAG

DOELGROEP //

Management functies, MVO Verantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Wat is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen? Waarom is MVO van belang voor bedrijven en organisaties? Welke voordelen heeft MVO voor jouw onderneming? Hoe ga je concreet met MVO aan de slag? Welke raakvlakken zijn er tussen MVO en de verschillende bedrijfsonderdelen? Wat is de rol van MVO in de bedrijfsstrategie? Wat is de relatie met de Sustainable Development Goals (SDG's)?

“MVO in 1 dag” biedt jou informatie en inspiratie. Je leert de knepen van het vak en maakt kennis met de achtergronden en bijzonderheden. De cursus zoomt in op de rol van de stakeholders in MVO en legt de basis om te kunnen rapporteren over MVO. Naast achtergronden en actuele inzichten, krijg je tijdens deze workshop diverse praktijkmodellen om direct met MVO aan de slag te kunnen gaan.

LEERDOELEN

- Basiskennis opdoen over MVO die in de praktijk toegepast kan worden
- De relatie leggen tussen MVO en de diverse bedrijfsonderdelen
- Het formuleren van een bedrijfsspecifieke invulling van MVO
- Inzicht krijgen in stakeholdermanagement

CASE

MVO Vlaanderen

MVO EN JOUW MEDEWERKERS

DOELGROEP //

MVO Verantwoordelijken, HR verantwoordelijken, strategische functies

KORTE BESCHRIJVING

Je kan niet aan MVO werken in jouw onderneming, zonder er jouw medewerkers bij te betrekken.

Jullie moeten samen aan de slag om de MVO-doelstellingen te realiseren en om dit binnen de eigen organisatie en voor de buitenwereld op een geloofwaardige manier te doen. Hoe gaat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen leven in een organisatie? Wat zijn de succesfactoren om medewerkers te betrekken bij MVO? Wat kunnen jullie er samen mee bereiken? Kunnen MVO en bedrijfseconomische doelstellingen hand in hand gaan? Speelt de cultuur in een onderneming daarbij een rol?

In deze masterclass leer je niet alleen waarom het belangrijk is om medewerkers bij MVO te betrekken, maar ook hoe je dat doet. Je krijgt achtergronden, actuele inzichten en diverse praktijkmodellen waarmee je MVO kan implementeren en een draagvlak voor MVO kan creëren in je onderneming of organisatie.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in het belang van draagvlak voor MVO-beleid
- Informatie krijgen en kennis opdoen over hoe je stapsgewijs MVO kan introduceren, implementeren en doen leven bij je medewerkers
- Het opstellen van een stappenplan voor het creëren van medewerkersbetrokkenheid

CASES

Interface, DNS Belgium

HET MVO-BUSINESS PLAN

DOELGROEP //

Strategisch verantwoordelijken,
MVO Verantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Als ondernemer denk je na over de toekomst van je bedrijf en maak je plannen. Heel vaak zet je die ook op papier in een ondernemingsplan.

Ook voor MVO een businessplan schrijven biedt een meerwaarde. Brainstormen over MVO, acties uitdenken, plannen en implementeren,... kan nog betere resultaten opleveren, als je jouw strategie neerpenet en omzet in een plan, met concrete doelstellingen. "Met een beperkte extra inzet, meer resultaat", dat is het streefdoel.

In deze masterclass leer je over en werk je concreet aan een businessplan voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen binnen jouw bedrijf. Je formuleert hoe je in jouw onderneming MVO (en de Sustainable Development Goals) zal invullen en bekijkt de haalbaarheid ervan. Je identificeert en typeert jouw stakeholders. Je stelt een stappenplan op voor het bepalen van je doelen en je prioriteiten, hoe je zal meten en weten, hoe je medewerkersbetrokkenheid kan creëren,... We geven tips voor hoe je succesvol over jouw MVO-aanpak kan communiceren. Heel concreet en praktisch, zodat je met een werkbaar MVO-businessplan jouw slaagkansen kan vergroten.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in de verschillende onderdelen van een MVO-businessplan
- Het opstellen van een (basis) MVO-businessplan
- Het leren inzetten van communicatie om jouw MVO-doelen te bereiken

CASES

Spadel of Gyproc

HOE DUURZAAM AANKOPEN?

DOELGROEP //

Aankoopverantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Een duurzaam aankoopbeleid kan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in jouw onderneming mee vormgeven.

We zoomen in op hoe dit kan en waarmee je rekening moet houden in je eigen MVO-aankoopbeleid. De masterclass start met een overzicht van de beleidsinitiatieven en welke opportuniteiten dit geeft voor bedrijven, zowel nationaal als internationaal. Daarna focussen we op hoe je concreet een duurzaam aankoopbeleid kan opstellen en implementeren in jouw onderneming.

LEERDOELEN

- Leren welke rol duurzaam aankopen in je totale MVO-beleid kan spelen
- Je kan de verschillende manieren van duurzaam aankopen met elkaar vergelijken
- Je detecteert de aspecten die voor het duurzaam aankoopbeleid van jouw organisatie relevant zijn
- Je stelt de basis op voor een duurzaam aankoopbeleid in jouw bedrijf.

CASES

Stad Gent, FOD Leefmilieu, FIDO,
Het Facilitair Bedrijf, Van Bavel Business
Gifts, Spadel

MVO IN MARKETING EN COMMUNICATIE

DOELGROEP //

MVO Verantwoordelijken, Communicatie en Marketing Verantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Jouw onderneming is al volop bezig met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, maar je communiceert er (te) weinig over. Je vraagt je soms af ook af of MVO in jouw onderneming (genoeg) rendeert.

Communiceren over en inzetten van MVO voor de verkoop van jouw diensten en/of producten kunnen wel degelijk je bedrijfsresultaten een boost geven. In deze masterclass leer je hoe je MVO kan integreren in de marketing- en communicatie-inspanningen van jouw bedrijf. Een eerste stap is weten welke soort waarde je met MVO creëert. Als je weet hoe jouw klanten/consumenten naar MVO kijken, kan je daaruit afleiden welke MVO-inspanningen van waarde kunt maken voor jouw klanten. Je leert bepalen welke boodschap je precies zal brengen, hoe en via welke kanalen je over MVO kan communiceren, zonder aan "greenwashing" te doen. We geven jou ook tips en advies voor de communicatie over MVO met je klanten, leveranciers, de buurtbewoners,... kortom, je stakeholders.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in de rol van marketing en communicatie bij MVO
- Zicht krijgen op de waarde die klanten en ander stakeholders (kunnen) ervaren door MVO
- Het identificeren van geschikte communicatiekanalen en bijbehorende boodschappen over MVO
- Inzicht krijgen in wanneer marketing en communicatie over MVO 'greenwashing' is en wat de risico's daarvan zijn

CASES

Ikea en Ben & Jerry's, Ecover

SOCIALE INNOVATIE: IMPACT VOOR BEDRIJF EN SAMENLEVING

DOELGROEP //

MVO Verantwoordelijken, strategische functies

KORTE BESCHRIJVING

Bij 'innovatie' denk je al snel aan technologische vernieuwing. Sociale innovatie is net iets anders, al kan technologische innovatie soms handig zijn om sociale innovatie te ondersteunen.

Sociale innovatie gaat over de sociale aspecten in je onderneming en over waarden. Een vernieuwende aanpak kan leiden tot meerwaarde voor het bedrijf en voor de samenleving, bv. een nieuw soort van communicatie met medewerkers die het moeilijk hebben om een job te vinden en/of die vol te kunnen houden. In deze masterclass wordt aan meerdere vormen van sociale innovatie aandacht besteed en werken deelnemers aan ideeën op het gebied van sociale innovatie voor hun eigen bedrijf.

LEERDOELEN

- Begrijpen wat sociale innovatie is en welke vormen van sociale innovatie te onderscheiden zijn
- Duidelijk krijgen wat de meerwaarde van diverse soorten sociale innovatie voor jouw bedrijf en de samenleving is
- Bepalen welke manieren van sociale innovatie bij jouw bedrijf passen en welke voordelen dit met zich meebrengt

CASES

Sociale Innovatiefabriek en Levanto

DE 4E P: PARTNERSHIPS VOOR PEOPLE, PLANET, PROFIT

DOELGROEP //

MVO Verantwoordelijken, strategische functies, HR

KORTE BESCHRIJVING

MVO vindt niet plaats op een eiland. Sterker nog, het floreert wanneer bedrijven zich engageren met hun maatschappelijke omgeving en stakeholders.

Om succesvol aan MVO, moet je dus samenwerken. We zien dit ook in de Sustainable Development Goals, waar partnerschappen een centrale rol hebben. Via samenwerking tussen bedrijven, maatschappelijke organisaties, burgers en overheden kan MVO en duurzaamheid worden gerealiseerd. In deze masterclass leren deelnemers over het belang van partnerschappen om MVO-doelstellingen te realiseren en de kansen en risico's die samenwerking met zich meebrengt.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in het belang van partnerschappen met directe en indirecte stakeholders voor het realiseren van MVO
- Zicht krijgen op de voordelen van partnerschappen en de risico's ervan
- Identificeren van mogelijk geschikte MVO-partnerschappen voor jouw bedrijf en het type relatie dat jouw bedrijf met de partner wil aangaan

CASES

Energy Saving Pioneers: De Pit
Ecopuur en BBL, Exki en Permafungi

DE THEORIE EN PRAKTIJK VAN CIRCULAIRE ECONOMIE

DOELGROEP //

MVO Verantwoordelijken, Strategische functies

KORTE BESCHRIJVING

Hoewel hergebruik een belangrijk onderdeel van de circulaire economie is, gaat het veel verder dan dat. Circulaire economie begint al bij het productontwerp.

In de circulaire economie bekijk je de dingen helemaal anders, dan dit nu meestal het geval is. Het gaat bv. over 'product als een dienst'-bedrijfsmodellen, waarbij eigendom wordt vervangen door gebruik. Dat vraagt om heel andere manieren van werken, van samenwerking in de keten tot marketing en communicatie. In deze masterclass wordt de circulaire economie in theorie en praktijk uitgediept, waarbij deelnemers worden uitgedaagd na te denken over allerlei circulaire toepassingen voor hun bedrijf en de praktische implicaties daarvan.

LEERDOELEN

- Zicht krijgen op wat de circulaire economie is en welke vormen van circulair ondernemen er te onderscheiden zijn
- Inzicht krijgen in andere vormen van waarde creatie en bedrijfsmodellen die zijn gebaseerd op circulariteit
- Identificeren van de kansen die de circulaire economie biedt voor jouw bedrijf en de praktische consequenties daarvan

CASES

Desso, Circulair Vlaanderen, Gyproc

DOELSTELLINGEN

Doelstellingen van deze sessie zijn om deelnemers op weg te helpen bij het formuleren van een MVO-businessplan en marketing en communicatie over MVO door hen:

- De functie en structuur van een MVO-businessplan duidelijk te maken
- Bekend te laten raken met de vijf modules van een MVO-businessplan
 - Het formuleren van MVO-doelstellingen
 - Het opstellen van een stakeholderkaart
 - Implementatie van MVO
 - Interne marketing en communicatie van MVO
 - Externe marketing en communicatie van MVO
- Uit te dagen om te experimenteren met onderdelen van een MVO-businessplan
- Onderscheid te laten maken tussen interne en externe MVO-marketing en -communicatie
- Mogelijkheden voor MVO-marketing en -communicatie op productniveau en -bedrijfsniveau aan te reiken
- Tips en suggesties te geven en met elkaar in gesprek te laten gaan over het opstellen van een MVO-businessplan en MVO-marketing en -communicatie

Tijd	Onderdeel	Tijd	Onderdeel
9.00 - 9.20	Basis voor het MVO-businessplan: het MVO-begrippenkader Van People, Planet, Profit tot de Sustainable Development Goals Interne en externe stakeholders Motieven voor MVO Een bedrijfseigen invulling van MVO	13.30 - 14.15	Module 3: Implementatie van MVO De projectmatige aanpak: het formuleren van MVO-projecten De MVO-verantwoordelijkheidsstructuur Monitoring en evaluatie van MVO
9.20 - 9.35	Werkvorm: De invulling van MVO voor uw organisatie	14.15 - 14.30	Werkvorm: MVO-projecten voor mijn bedrijf
9.35 - 9.45	Plenaire terugkoppeling werkvorm	14.30 - 15.15	Module 4: Interne marketing en communicatie van MVO Draagvlak creëren onder medewerkers Draagvlak creëren bij het management
9.45 - 10.00	Het MVO-businessplan in een notendop Functies van een MVO-businessplan De structuur van een MVO-businessplan in 5 modules Tips voor het samenstellen van een MVO-werkgroep	15.15 - 15.30	Werkvorm: Draagvlak creëren
10.00 - 10.45	Module 1: Het formuleren van MVO-doelstellingen Zoeken naar fit tussen MVO en bedrijfsstrategie en -doelstellingen De 'Sustainability SWOT' Van doelstellingen naar KPI's	15.30 - 16.00	Pauze
10.45 - 11.00	Werkvorm: De 'Sustainability SWOT'	16.00 - 16.45	Module 5: Externe marketing en communicatie van MVO Draagvlak creëren onder stakeholders MVO-productcommunicatie: inhoud en vormen MVO-bedrijfscommunicatie: inhoud en vormen Greenwashing (en hoe je dat voorkomt)
11.00 - 11.30	Pauze	16.45 - 17.00	Werkvorm: Extern communiceren over MVO
11.30 - 12.15	Module 2: Het opstellen van een stakeholderkaart Het identificeren van stakeholders Het consulteren van stakeholders Relaties met stakeholders onderhouden	17.00 - 17.30	Afsluiting Tips & tricks voor een succesvol MVO-businessplan Hoe nu verder?
12.15 - 12.30	Werkvorm: De stakeholderkaart		
12.30 - 13.30	Pauze (lunch)		

DOELSTELLINGEN

Doelstellingen van deze sessie zijn om deelnemers op weg te helpen en te inspireren op het gebied van MVO door hen:

- Bekend te maken met het begrip MVO en het begrippenkader daaromheen
- Te laten zien welke redenen er zijn om aan MVO te doen en wat MVO kan opleveren
- De relevantie en actuele ontwikkelingen op het gebied van MVO in België én in de sector van de deelnemers aan te geven
- Duidelijk te maken welke (eenvoudige) MVO-acties je kunt nemen
- Te laten zien hoe MVO in de bedrijfspraktijk vorm kan krijgen en wat het kan opleveren
- Tips en suggesties te geven voor het invulling geven aan MVO in hun bedrijf
- Met elkaar in gesprek te laten gaan over MVO

Tijd	Onderdeel	Tijd	Onderdeel
9.00 - 9.15	MVO algemeen Definitie en begrippenkader van MVO Motivaties voor en voordelen van MVO	10.30 - 10.45	Werkvorm met deelnemers Bespreking van vragen, zoals: Wat betekent MVO voor u? Wat is de noodzaak voor u om aan MVO te (willen) doen? Welke MVO-acties neemt u reeds? Wat levert MVO mijn bedrijf (potentieel) op?
9.15 - 9.25	MVO in België Prioritaire thema's Stand van zaken bedrijfsleven en overheid	10.45 - 10.55	Plenaire terugkoppeling Bevindingen van deelnemers
9.25 - 9.45	MVO in de sector Betekenis voor uw sector en relatie MVO en sectorontwikkelingen Initiatieven vanuit de sector (sectororganisaties, bedrijven)	10.55 - 11.00	Afsluiting Hoe nu verder?
9.45 - 10.00	MVO concreet maken Het belang van een bedrijfseigen invulling van MVO Welke MVO-acties kan ik altijd nemen? (bijv. inkoop, energie, afval, goede doelen) Eerste stappen naar een MVO-beleid		
10.00 - 10.10	Pauze		
10.10 - 10.30	Case uit sector (presentatie door ondernemer of sectororganisatie) MVO in de praktijk Geleerde lessen en tips		