



**Algemeen overdrachtsdocument**  
voor extern coördinatoren voor studentenorganisaties van de  
Hanze Hogeschool Groningen

Auteur:  
SSA  
Versie 1

Groningen Januari, 2024

# 1. Extern coördinator

## 1.1 Functiebeschrijving

Als extern coördinator is het de hoofdtaak om contacten te leggen en te onderhouden met externe partijen. Externe partijen zijn alle partijen die buiten de organisatie liggen. Dit zijn voornamelijk partners uit het bedrijfsleven, het werkveld en commerciële belanghebbenden. Zijn er vragen, voorstellen of eventuele onduidelijkheden vanuit de externe partij, dan is de extern coördinator het eerste aanspreekpunt en heeft hij of zij de taak om deze zaken op te pakken en te behandelen. Een extern coördinator doet hiernaast zijn best om de organisatie op de professionele manier neer te zetten richting de buitenwereld. Dit vergroot de kansen op succes bij het benaderen van externe partijen. De eigenschappen van een extern coördinator zien er als volgt uit:

- Extravert;
- Enthousiast;
- Vriendelijk;
- Lef;
- Commercieel;
- Oog voor detail.

De taken van een extern coördinator aan het begin van het bestuursjaar bestaan uit het herzien/maken van een partnerbrochure. De informatie die hierin staat moet up-to-date gemaakt moeten worden en indien nodig verbeterd. Stel vervolgens doelstellingen op voor sponsorbedragen of nieuwe partners die jij wilt behalen. Door de lat hoog te leggen heb je een doel wat je gedurende het jaar zal uitdagen. Zorg dat de doelen SMART geformuleerd zijn en je hier tijdens het jaar op kunt evalueren. Na het treffen van de voorbereidingen kun je partnergesprekken gaan afnemen. Partners kunnen een organisatie ondersteunen met behulp van geld of goederen en/of diensten. Denk bij de laatste aan korting op een (sport)activiteit, het kosteloos laten bedrukken van T-shirts, gratis lezingen of workshops, het vervoer naar activiteiten of een lunch met personen uit het werkveld, wat weer mogelijkheid tot netwerken biedt aan de leden.

Voor elke organisatie is het anders om partners te werven. Voor de ene organisaties gaat dit gemakkelijker dan andere. Ga je nieuwe bedrijven benaderen? Zorg dan dat je een goed verhaal hebt wat past bij de partner, zorg er ook voor dat het voor de ander duidelijk is waarom jullie elkaar nodig hebben. Dit kan bijvoorbeeld met een standaard e-mail waarmee jij het idee hebt zoveel mogelijk partners enthousiast te maken. Weest vooral proactief naar de partners en bedrijven toe, laat zien dat ze gewild zijn. Tip: begin deze e-mail met een korte alinea waarom jij bij dit bedrijf uit bent gekomen en waarom ze zo interessant zijn. De intro zorgt ervoor dat de ontvanger verder leest. De rest mag een standaard verhaal zijn. Bestaande samenwerkingen zijn vaak makkelijker voort te zetten als er een goede samenwerking is of een goede samenwerking in het verleden is geweest. Wil je een betere deal onderhandelen ga dan vooral niet te veel in op wat de huidige overeenkomst en prijs was. Focus je op de nieuwe rol die jij voor de partner in gedachten hebt. Doe je dit niet, dan is de kans dat de overeenkomst vaak onder dezelfde condities wordt voortgezet. Wil je juist van een samenwerking af? Wees niet bang en laat dit op een nette en professionele manier weten. Dit kan door middel van een mail worden gedaan, maar ook via een belletje of een fysieke afspraak. Dat ligt er namelijk aan wat voor een relatie je met de desbetreffende partner hebt. Als persoon voel je wel aan wat de juiste manier daarvoor is, jij hebt als extern immers het beste contact met de partner.

Bij dit partnersgesprek dient er een goede indruk te worden achtergelaten. Voor je een gesprek ingaat is het erg belangrijk dat je voorbereid over het bedrijf. Welke diensten biedt het aan? Welke rechtsvorm, wat is de visie en missie van het bedrijf. Wat vind jij mooi aan dit bedrijf? Dit doe je om te voorkomen dat je tijdens een gesprek door de mand valt. Sommige gesprekspartners vragen expliciet naar jouw blik op hun bedrijf. Hiernaast zorg je ervoor dat je netjes gekleed bent. Je neemt naar het gesprek een partner brochure met kladblok en pen mee of een laptop om ook filmpjes te laten zien wat de vereniging organiseert, zoals bijvoorbeeld een aftermovie van een lezing of symposium. Tijdens het gesprek maak je aantekeningen in steekwoorden en bewaar je deze zorgvuldig om eventueel later op terug te komen. Houdt daarnaast een duidelijke structuur aan in het gesprek. Gaat het om een bestaande partner dan evalueer je de samenwerking van afgelopen jaar. Ga hierna over naar het aankomende jaar. Wat zijn jullie plannen en waarom gaan jullie er een succesvol jaar van maken? Bespreek ideeën aan de hand van de partner brochure. Na je gesprek zorg je ervoor dat de gemaakte afspraken per e-mail nog even bevestigd worden en bedank je je gesprekspartner nogmaals voor het prettige gesprek, op deze manier kan er ook een nieuw contract worden opgesteld.

Mocht een partner een organisatie willen ondersteunen, dan is het aan de extern coördinator om een partnercontract op te stellen. Vaak is dit een standaard contract. Hierin wordt genoemd wat beide partijen van elkaar mogen verwachten. De volgende elementen staan vaak in een partnercontract:

- Contactgegevens van beide partijen;
- Wederzijdse prestaties. De partner kan bijvoorbeeld het volgende leveren: een geldbedrag, een dienst of een goed. De organisatie kan in ruil daarvoor onder andere actieve promotie maken voor de partner (logo's op kleding, via sociale media) of een activiteit organiseren waar de partner bij betrokken is zoals een bedrijfsbezoek of lezing;
- De duur van de overeenkomst;
- Nadat een partnercontract is afgesloten, is het heel belangrijk om goede banden te onderhouden met de partner. Dit doe je door e-mails zo snel mogelijk te beantwoorden en niet langer dan 48 uur onbeantwoord te laten. Verder kom je afspraken na en deel je ontwikkelingen die plaatsvinden binnen je eigen organisatie. Zorg dat je bij de activiteiten bent waar externe partijen aan kunnen deelnemen. Denk met de bedrijven mee over de promotie en uitvoering hiervan. Wijzen op de nog niet benutte mogelijkheden die onder het partnercontract vallen wordt vaak gewaardeerd.

## 1.2 Tips

Een aantal handige tips voor een extern coördinator zijn als volgt:

Bij een gesprek

- Wees op tijd;
- Zorg voor een nette verschijning. Pas de kledingstijl aan op de doelgroep. Bij grote bedrijven is het bijvoorbeeld passend om in pak te komen;
- Wees goed voorbereid en lees je in over je gesprekspartner en het bedrijf;
- Wees creatief, heb lef en zorg dat je origineel bent; Redeneer niet vanuit een sponsoring maar vanuit een samenwerking;

- Stel goede en kritische vragen;
- Weet wat je verkoopt en welke waarde het heeft voor de vereniging.

#### Verkooptechnieken

- Veel bedrijven hebben geen duidelijk plan voor ogen. Ze weten niet hoe de ideale samenwerking eruit zou moeten zien, dus wees hierop voorbereid. Ga met je eigen bestuur om tafel en bedenk een aantal leuke ideeën die passen bij deze partner;
- Hoor je tijdens het gesprek dat het bedrijf een aantal prioriteiten heeft aan een samenwerking? Vraag hier over door en zo kom je er achter welke mogelijke kansen er liggen;
- Vermijdt het woord goedkoop, gebruik het woord voordelig als je het over de pakketten hebt. Goedkoop zegt inherent is over de kwaliteit van de dienst die je aanbiedt. Voordelig zegt juist dat je een kwalitatief duurder product kosteloos een dienst kan afnemen;
- Houd je rug recht. Vaak zal er gekeken worden of ze met je kunnen onderhandelen en hoe ver ze daarin kunnen gaan. Beweeg mee met de behoeftes van de gesprekspartner maar niet te veel. Zit je op een dood punt, leg je contactpersoon dan een dilemma voor. Geef aan dat de optie die zij verlangen niet haalbaar is maar je wel twee andere keuzes kan bieden. Dit zijn dan de keuzes die de organisatie (financieel) het meest gunstig uitkomen. Psychologisch gaat iemand een keuze maken en stapt af van zijn of haar eerste gedachten. Ga hier slim mee om.

#### Gedurende het jaar

- Stel SMART-geformuleerde doelstellingen op;
- Praat positief over je eigen organisatie. Enthousiasme wordt snel overgenomen door je gesprekspartner. Wees eerlijk en geef fouten toe;
- Communiceer altijd alles met je eigen bestuur;
- Voor niet urgente zaken die niet te ingewikkeld zijn, gebruik je de e-mail. Hiermee heb je altijd schriftelijk bewijs van afspraken;
- Zijn er dringende zaken of is er een kans op miscommunicatie? Bel in dat geval op en zorg dat eventuele afspraken achteraf per e-mail worden bevestigd.
- Krijg je geen reactie op een e-mail? Stap 1: Stuur een nieuwe mail en vraag nogmaals vriendelijk om een reactie. Stap 2: Bel met de contactpersoon, vaak heb je dan duidelijkheid. Stap 3: Krijg je ook na het bellen de contactpersoon niet te pakken? Bel dan het algemene nummer en vraag naar de afdeling waar de contactpersoon hoort te zitten. Vaak krijg je diegene of een collega dan te spreken. Soms zijn er bepaalde omstandigheden waardoor iemand niet reageert.
- Pas verschillende technieken toe om met nieuwe partners samenwerkingen af te sluiten. Dit kan door het raadplegen van je eigen netwerk, LinkedIn, het bellen van bedrijven en een sterke standaard e-mail paraat hebben.