SOCIAL IMPACT PLAYBOOK INVENT

1x per jaar | 1x per kwartaal | 1x per sprint

DIRECT
Richt maatschappelijke ambitie van organisatie.

- THEORY OF CHANGE CANVAS (1)
- CORE IDENTITY CANVAS (1)
- CORE PURPOSE CANVAS (1)

DETERMINE
Stel teamdoelen en focus voor kwartaal.

- SOCIAL IMPACT CASE CANVAS (1 2 3 4 5)
- PERSONA CANVAS (2)
- TRENDS CANVAS (2)
- MARKTGROOTTE CANVAS (2)
- WAARDEPROPOSITIE CANVAS (3)
- INTERESSE-INVLOED CANVAS (4)
- TEAM CANVAS (4)
- STAKEHOLDER CANVAS (4)
- RESOURCES CANVAS (5)
- INKOMSTENMIX CANVAS (5)

DEFINE
Bepaal scope en ontwerp experiment.

- SOCIAL IMPACT PROJECT CANVAS (1 2 3 4 5)
- TEST CANVAS (1 2 3 4 5)
- IMPACT-INSPANNING CANVAS (1 2 3 4 5)

DELIVER
Voer ontwikkeling en experiment concreet uit.

- MINI-PROPOSITIE CANVAS (1 2 3 4 5)
- VERHAAL CANVAS (1 2 3 4 5)

DISCUSS
Reflecteer en verzamel leer-resultaten samen.

- FEEDBACK CANVAS (1 2 3 4 5)

DISCOVER
Analyseer volwassenheid en voortgang.

- ASSESSMENT CANVAS (2 3 4 5)
- RETROSPECT CANVAS (2 3 4 5)

SOCIAL IMPACT BOOSTERS

IMPACT BOOSTER
Overzicht van functionele, emotionele, transformationele, sociale, ecologische en impact, verbonden aan relevante SDG-doelen.

RESOURCES BOOSTER
Verzameling van mogelijke inkomstenbronnen zoals verkoop, subsidies, in-kind bijdragen, microfinanciering en partnerschappen.

VALIDATIE BOOSTER
Methoden om ideeën te testen: interviews, prototypes, experimenten en vroege marktvalidatie.

NAVIGATIE BOOSTER
Werkvormen om sneller besluiten te namen, meer focus aan te brengen en de sfeer op te peppen.

STRATEGIE BOOSTER
Elementen voor scherpe strategievorming: marktsegmentatie, expertise, kernwaarden, positionering en groeirichtingen.

AANBOD BOOSTER
Vormen van maatschappelijke producten en diensten ter inspiratie voor waardeproposities met impact.

VOLWASSENHEID

	IRL	TRL
ENVISION *Strategie-Missie Fit* Bepaal richting missie.	1	1
EXPLORE *Probleem-Oplossing Fit* Bepaal concept voor probleem.	2-3	2-3
EVOLVE *Product-Markt Fit* Ontwikkel en test prototype.	4-8	4-6
EXPAND *Groei Impact* Schaal op naar nieuwe markten.	9	7-9
ESTABLISH *Behoudt Impact* Stabiliseer en optimaliseer operatie.		
EXTERMINATE *Verplaats Impact* Stop met niet leverende onderdelen.		

1 2 3 4 5

SOCIAL IMPACT
1 **SOCIAL IMPACT**
Gewenste maatschappelijke verandering en effecten.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | THEORY OF CHANGE CANVAS | CORE IDENTITY CANVAS | CORE PURPOSE CANVAS

DOELGROEP
2 **URGENTIE** DOELGROEP
Wie ervaart het probleem, wie drijft, wie bezit het?
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | PERSONA CANVAS

MARKT
2 **URGENTIE** MARKT
Relevante trends, marktpotentieel en momentum.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | TRENDS CANVAS | MARKTGROOTTE CANVAS

WAARDE
3 **PROPOSITIE** WAARDE
Maatschappelijke en functionele waarde die je daadwerkelijk levert.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | WAARDEPROPOSITIE CANVAS

AANBOD
3 **PROPOSITIE** AANBOD
Het concrete product, programma of dienst dat je aanbiedt.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | WAARDEPROPOSITIE CANVAS

TEAM
4 **ECOSYSTEEM** TEAM
Kernteam met rollen, expertise en drijfveren voor impact.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | TEAM CANVAS

NETWERK
4 **ECOSYSTEEM** NETWERK
Cruciale versterkers, stakeholders en partners in het ecosysteem.
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | STAKEHOLDER CANVAS

BENODIGD-HEDEN
5 **FINANCIERING** BENODIGDHEDEN
Welke middelen, mensen en assets zijn nodig?
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | RESOURCES CANVAS

BRONNEN
5 **FINANCIERING** BRONNEN
Hoe genereer je inkomsten?
SOCIAL IMPACT CASE CANVAS | INKOMSTENMIX CANVAS