

De maatschappij betrekken bij het testen en het bereiken van de markt

Maatschappelijke organisaties kunnen een belangrijke rol spelen bij het testen van jouw aannames met betrekking tot jouw klanten of doelmarkten, maar hun ondersteuning kan een echte ontsteker worden om de markt te bereiken en jouw product bekend te maken.

Introductie

Bij het overwegen van de herwaardering van plastic is het belangrijk om in gedachten te houden dat de levenscyclus van plastic een breed scala aan actoren en belanghebbenden omvat, die verschillende agenda's en verantwoordelijkheden hebben en tegemoetkomen aan de behoeften van verschillende groepen. Het kan relevant zijn om hen bij jouw proces te betrekken, omdat ze verschillende overwegingen en ideeën op tafel brengen.

Er zijn verschillende stadia van de levenscyclus van plastic, zoals de plasticproducenten, overheden en afvalbeheerbedrijven, maar voor het doel van een plastic herwaarderingproces op basis van co-creatie, richten we ons hier op de samenwerking met de maatschappelijke organisaties (CSO's).

De maatschappelijke organisaties zoals NGO's en handels- en brancheorganisaties spelen een rol bij het bepleiten van beleidswijzigingen, het vergroten van het bewustzijn van plasticvervuiling en het bevorderen van duurzaam consumentengedrag. Ze kunnen ook samenwerken met bedrijven om oplossingen te ontwikkelen om plastic afval te verminderen, en het is in deze rol dat ze een hoge toegevoegde waarde kunnen bieden aan het herwaarderingproces van plastic.

Voordelen van maatschappelijke organisaties

CSO's kunnen, afhankelijk van hun kernactiviteiten, een reeks voordelen bieden voor jouw proces. Hier zijn enkele voorbeelden:

1. Door behoeften en voorkeuren van consumenten in kaart te brengen, hebben alle maatschappelijke organisaties de neiging om verschillende studies en/of trendanalyses over de ontwikkelingen in de samenleving te publiceren, zij hebben, afhankelijk van hun kernactiviteit, goede inzichten en gegevens.
2. CSO's hebben in essentie een breed netwerk en werken samen met een reeks belanghebbenden, dit kan helpen om nog meer nieuwe ideeën of ontwikkelingen aan te boren en draagvlak te genereren voor jouw inspanningen om jouw plastic afval te herwaarderen. Ze hebben ook de neiging om evenementen en bijeenkomsten te organiseren, wat een geweldige plek kan zijn om jouw ideeën te presenteren en de aannames voor jouw (plastic gerevalueerde) product te testen.
3. CSO's hebben de neiging om training en capaciteitsopbouw te bieden en kunnen helpen bij het voorbereiden van jouw personeel met specifieke kennis over bepaalde onderwerpen.

Natuurlijk is het niet allemaal rozegeur en maneschijn, zoals in elk samenwerkingsproces is het een kwestie van geven en nemen, want die maatschappelijke organisaties hebben ook hun eigen agenda's en leggen verantwoording af aan hun leden, vrijwilligers en/of donateurs of sponsors. Zij zullen ook hun kernactiviteiten geprofileerd willen zien van het proces.

Te volgen stappen

1. Bepaal waarom het relevant is om een CSO te betrekken bij je plastic herwaarderingsproces, en in welke fase(s) je hun bijdrage wilt hebben. Je kunt er bijvoorbeeld voor kiezen om ze alleen te betrekken bij het testen van aannames en prototyping, maar je kunt ze ook al in de ideation fase betrekken en samen met jou het idee voor je product laten co-creëren. Je moet een duidelijk idee hebben waarom ze relevant zijn voor jouw specifieke situatie.
2. Leer van anderen – zoek naar gerelateerde cases of ervaringen waarin maatschappelijke organisaties en bedrijven, met name mkb's, hebben samengewerkt en kijk hoe je van hen kunt leren. Je kunt zoeken op internet, maar door je netwerken te doorlopen en te vragen om ervaring te ervaren, krijg je meer inzicht in de valkuilen. Succesverhalen worden dan goed gecommuniceerd, mislukkingen of dingen die niet minder werken. Focus op allerlei ervaringen, niet alleen die met betrekking tot duurzaamheid of afval.
3. Definieer de doelen en verwachte resultaten. Omdat je "externe" spelers betreft, is het belangrijk om duidelijk te communiceren wat er van hen wordt verwacht, wat de doelen en verwachte resultaten van het plastic herwaarderingsproces zijn om misverstanden te voorkomen. Als je geen duidelijk idee hebt over wat je wilt bereiken, hoe kun je de boodschap dan overbrengen aan anderen?
4. Identificeer de uitdagingen en barrières in het veranderingsproces. Het inschakelen van maatschappelijke organisaties en "buitenstaanders" in het proces kan weerstand oproepen van jouw eigen personeel dat betrokken is bij het herwaarderingsproces van plastic, ze kunnen hen als "indringers" beschouwen of twijfelen aan hun competenties en integriteit. Het is belangrijk om met jouw personeel samen te werken om ervoor te zorgen dat ze allemaal het belang van de betrokkenheid van de maatschappelijke organisaties begrijpen. Tegelijkertijd kunnen de medewerkers of vrijwilligers van de maatschappelijke organisaties waarnemen dat de inspanning van het bedrijf meer voor "greenwashing" is en niet echt omdat ze om het milieu geven.
5. Zoek oplossingen om deze barrières te overwinnen en een gevoel van relevantie en gezamenlijk eigenaarschap van het proces te creëren. Denk aan specifieke activiteiten die de drempels kunnen verlagen en bijdragen aan het genereren van vertrouwen tussen het personeel van het bedrijf en CSO. Teambuilding activiteiten en een duidelijke set van "spelregels" kunnen nuttige hulpmiddelen zijn.
6. Identificeer de kennis en expertise die nodig is voor een succesvolle implementatie en afsluiting van het herwaarderingsproces van plastic, en identificeer de hiaten binnen jouw personeel, of gebieden waar dit kan worden versterkt. Dit geeft je een idee naar welk type CSO je op zoek moet zijn.
7. Identificeer potentiële CSO-partners en dialoog om degene te selecteren waarvan je denkt dat deze het meest overeenkomt met jouw behoeften en bedrijf.
8. Initieer het co-creatie- en co-ontwerpproces met jouw partners en evalueer en bewaak de voortgang en prestaties naar de veulens en verwachte resultaten op een continue basis.

Casestudy's & Voorbeelden

Recovynl van het VinylPlus-programma is een cruciaal onderdeel en de belangrijkste aanjager van PVC-recycling in Europa. De Europese PVC-waardeketen lanceerde Recovynl in 2003 met als doel de inzameling en recycling van PVC-afval in Recovynl te vergemakkelijken en accrediteert converterende bedrijven die gerecycled PVC gebruiken om nieuwe PVC-producten te maken, evenals bedrijven die PVC-afval recyclen. Het is een voorbeeld van een samenwerking tussen een branchevereniging en hun bedrijven.

La Hormiga Verde is een elektronicarecyclingbedrijf, dat deze apparaten ontmantelt en de grondstoffen per type scheidt om ze vervolgens te verkopen en opnieuw op de markt te brengen, waardoor ze een tweede leven krijgen.

Tegelijkertijd is het ook een sociale onderneming en werkt het samen met verschillende NGO's op het gebied van inclusie om personen die het risico lopen uitgesloten te worden op de arbeidsmarkt in dienst te nemen.

Ze werken actief samen met verschillende entiteiten en organisaties om "hun" plastic afval om te zetten in nieuwe producten die deze entiteit vervolgens hergebruikt, een goed voorbeeld is de samenwerking met een overheidsstakeholder zoals een gemeente, waar het ingezamelde plastic afval werd omgezet in bureaus.

Bronnen

Links:

Successful corporate-NGO partnerships

<https://www.fm-magazine.com/issues/2019/apr/successful-corporate-ngo-partnerships.html>

Partnering with NGOs: The 4 Keys to Success

<https://nbs.net/partnering-with-ngos-the-4-keys-to-success/>

What are the key elements to a successful corporate/NGO partnership?

<https://getrevere.com/what-are-the-key-elements-to-a-successful-corporate-ngo-partnership/>

Videos:

7 tips for creating successful partnerships with ngos

<https://youtu.be/XprnSLu3YI8>

Successful collaboration

<https://youtu.be/wyx3fOEVuDo>