

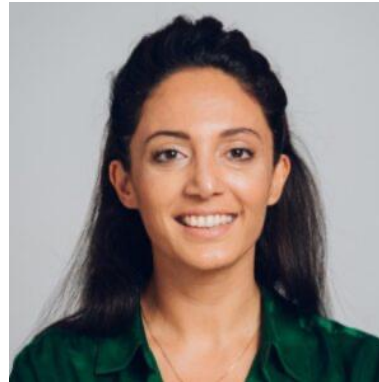


**Totaal Digitaal:
totaal onderschat**



Paul Zevenboom

**Ex-Head of Digital,
Data & Commerce,
Ai. Head of Marketing
WWF-NL**



Nasim Hamidian

**Hoofd Digitalisering,
Koninklijke Bibliotheek**

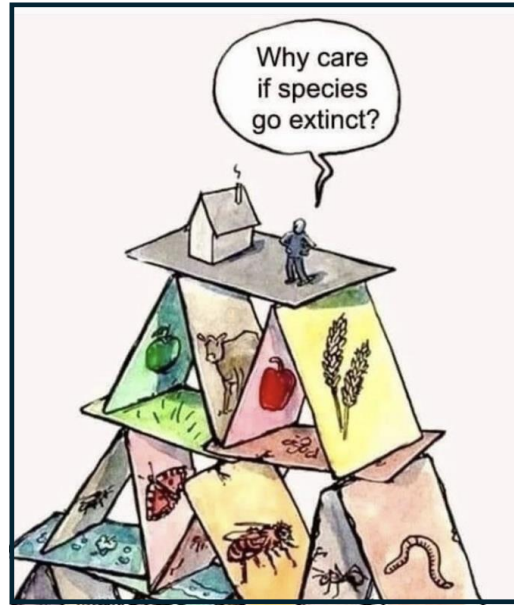
Een transitie van klassieke Non-Profit naar een data gedreven organisatie.....

Hoe je door datagedreven te werken
alsnog wendbaar kan zijn in een
steeds veranderde omgeving.



Paul Zevenboom





De beeldvorming
van de **realiteit** is de
aanleiding voor ons
gedrag.



Verandering vs
verbeteren

***2 vragen; om te achterhalen
wat jullie beeldvorming is...***

A large school of hammerhead sharks swimming in blue water. The sharks are silhouetted against the light blue background, creating a dense pattern of dark shapes. They are swimming in various directions, some towards the camera and others away from it. The water is a deep blue, and the overall scene is underwater.

1. Hoeveel haaien worden
er per dag gedood?



274.000 haaien
worden er per dag
gedood

meer dan 11.000 haaien per uur, en
ongeveer drie haaien elke seconde gedood door mensen





**2.Hoe lang duurt het voordat
een plastic tandenborstel is
afgebroken in de zee?**

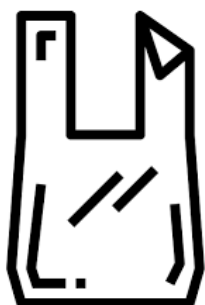
Plastic
wegwerpbeker
50 jaar



Plastic
tandenborstel
450 jaar



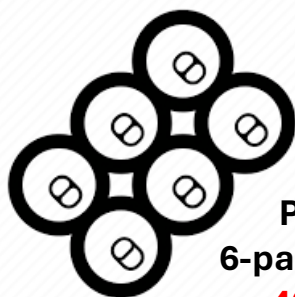
Plastic
flesje
450 jaar



Plastic tas
20 jaar



KoffieCups
500 jaar



Plastic
6-pack ringen
400 jaar



WWF & veranderen

Beeldvorming/
kennis/betrokkenheid

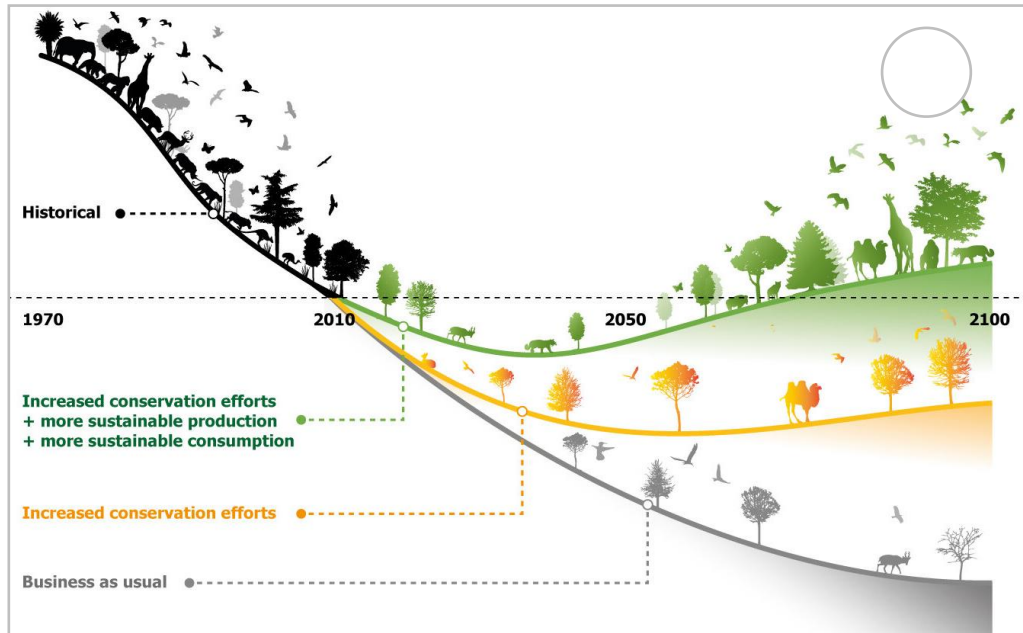
Veranderen is niet een
van tevoren bepaalde
blauwdruk waarin staat
hoe we het doen gaan.



In een snel veranderende wereld is digitalisering geen luxe meer, maar een noodzaak—ook voor kleinere bedrijven met beperkte budgetten en middelen.

Digitalisering voor bedrijven is ook risicospreiding & businessvoorspelbaarheid vergroten

WWF aanleiding



Invloed

De collectieve kracht van **aantallen** betekent meer invloed kunnen uitoefenen.

Meer invloed voor snellere **verandering** bijv. bij overheden & bedrijven

Digitalisering

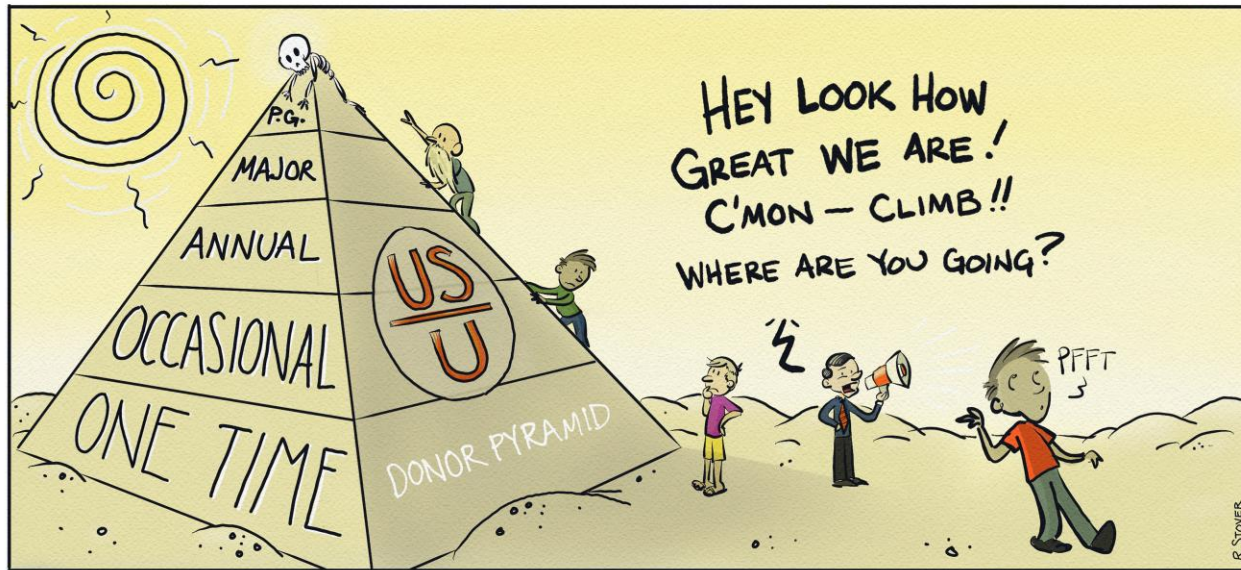
Slimme & effectieve marketing inzet, time to market, kosten reductie.

Van **business-voorspelbaarheid** naar **groei**

180 graden verandering

Van CAMPAGNE model naar PARTICIPATIE model. Verbreiding aanbod (geld, tijd, gedrag, kennis)

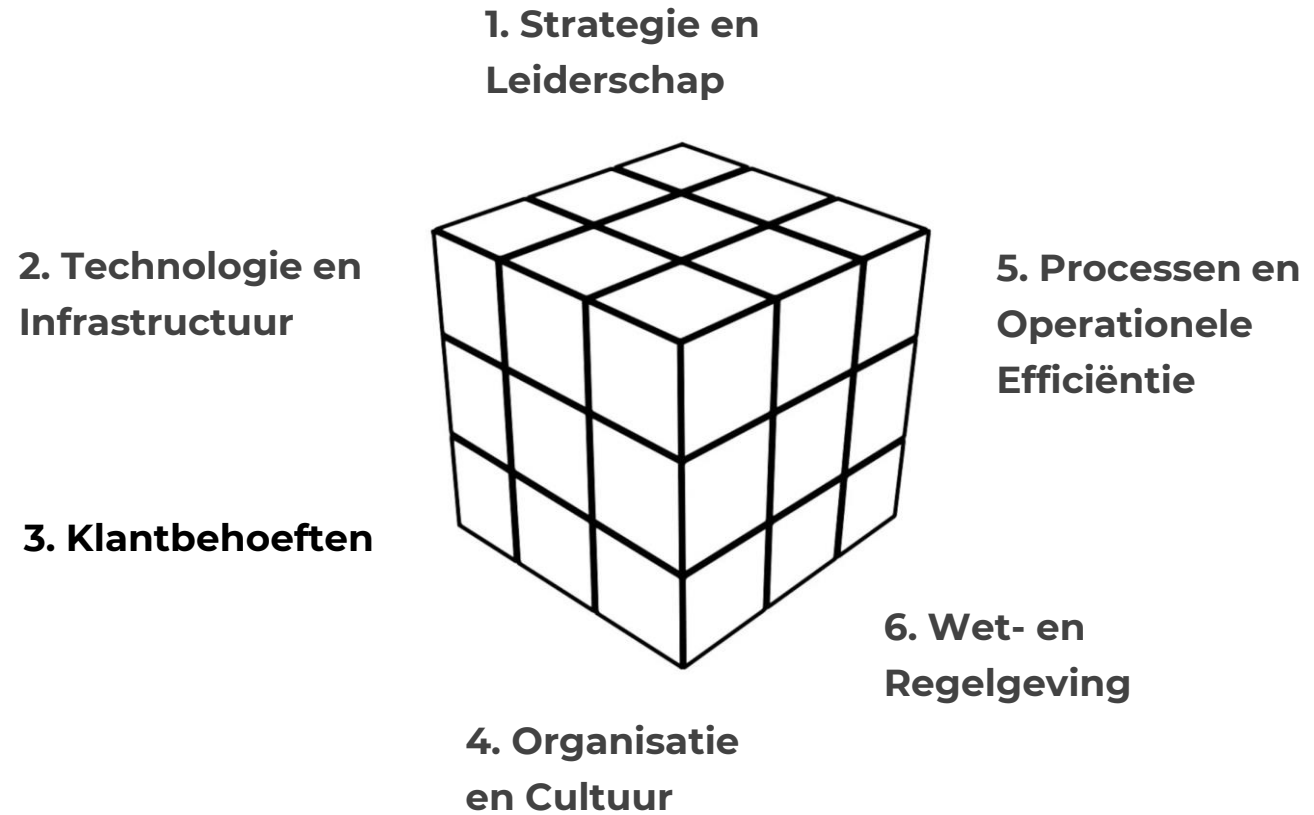
Van



Naar

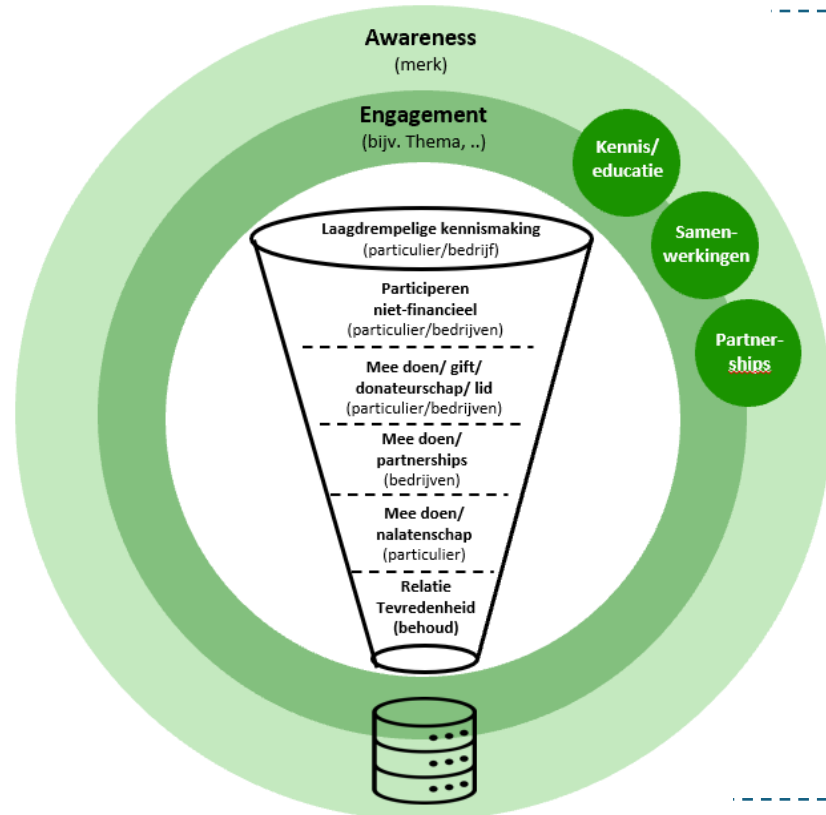


WWF & totaal digitaal



Handvatten om te veranderen

Agile teams



Zichtbaarheid & participatie programma

> Sub-goals

- 75% van de engagement afdeling (70fte) werkt binnen een programma.

NF lead programma

> Sub-goals

- Samengestelde jaartargets & jaarbudgetten bieden de kaders voor eigen verantwoordelijkheid & Autonomie.

Financial strength programma

> Sub-goals

- Programma reviews

Retentie program

> Sub-goals

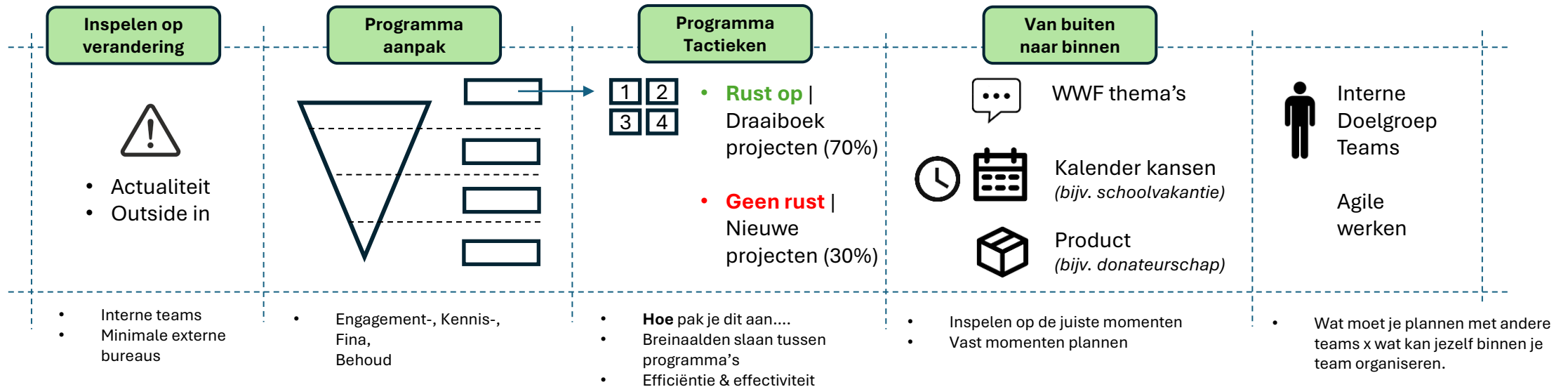
- Planning alignment over de 4 programma's heen

Jaardoelen

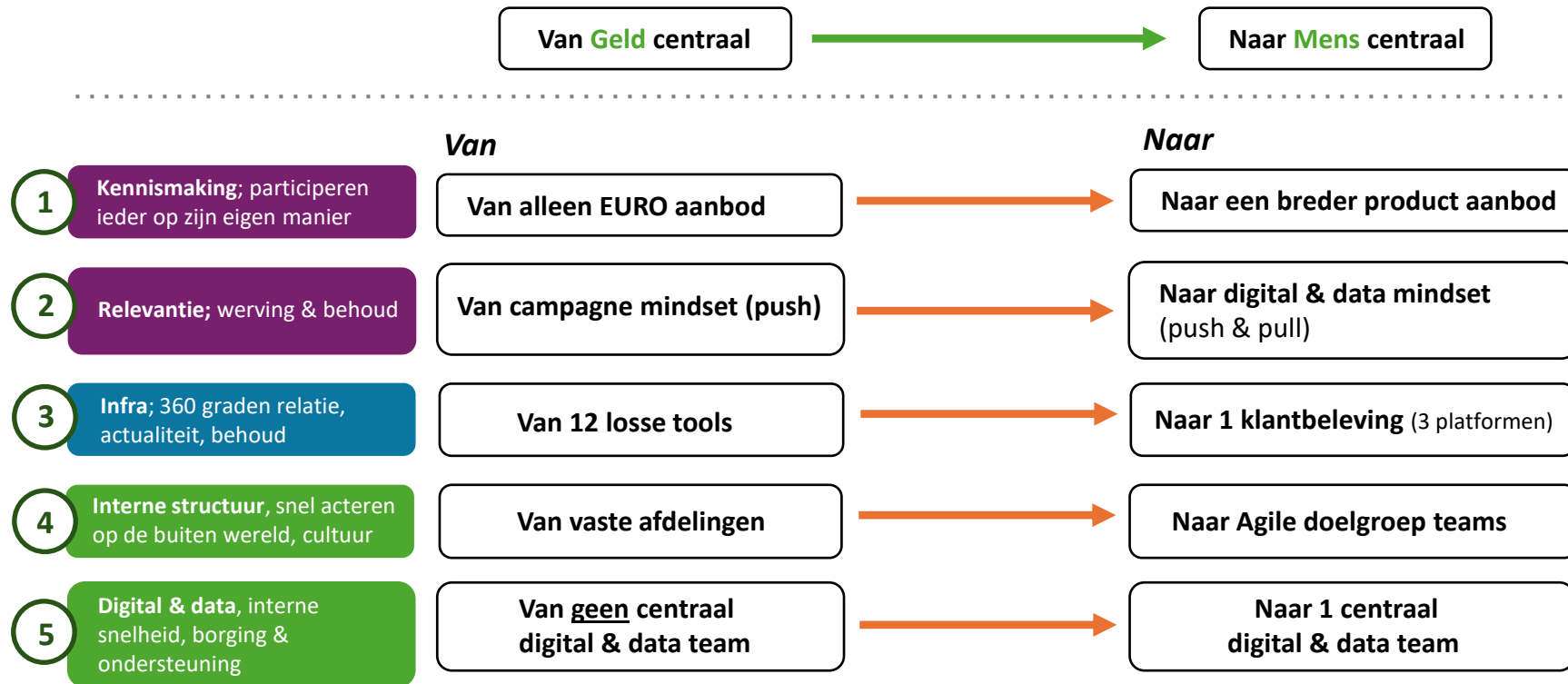
(Euro, relaties, kennis, gedrag ondersteuning)



Handvatten om te veranderen Programma's/ 70-30%



Gedifferentieerde aanpak



- Van Push naar participatie
- Data framework
- 180 kanteling digital & data landschap