

Strategisch Plan

Go Social B.V.

April 2026

1. Missie en visie

Missie

“Go Social gelooft dat talent niet verdwijnt omdat iemand langs de zijlijn staat op de arbeidsmarkt. Wij helpen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt hun talent ontdekken, ontwikkelen en benutten. Dat doen we met een breintest die laat zien waar iemand van nature goed in is, leermodules die mensen gericht voorbereiden op een passende baan en een skills-based cv dat deuren opent. Daarna begeleiden we actief naar een baan en blijven we betrokken tot iemand echt op zijn plek zit.”

Visie

“Go Social gelooft in een arbeidsmarkt waar ieder mens, ongeacht achtergrond of situatie, een eerlijke kans krijgt op werk dat bij hem past. Een wereld waarin talent, niet arbeidsverleden, bepaalt wie je bent als werknemer.”

2. Strategische prioriteiten 2026–2027

Go Social richt zich de komende twee jaar op vier strategische prioriteiten:

1. Opschalen van het talenttraject. Meer kandidaten begeleiden met behoud van kwaliteit en duurzaamheid van plaatsingen.
 2. Vergroten van de instroom via netwerkpartners. Actieve uitbreiding van samenwerkingen met organisaties die werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
 3. Uitbreiden van het opdrachtgeversbestand. Gerichte werving van bedrijven met een SROI-verplichting via acquisitie, online marketing en mond-tot-mondreclame.
 4. Professionaliseren van interne processen. Standaardiseren van impactmeting en rapportering zodat schaalbaarheid geborgd is.
-

3. Doelstellingen 2026–2027

De onderstaande doelstellingen zijn gebaseerd op de huidige stand van Go Social: 15 kandidaten gestart met een talenttraject, 3 gerealiseerde plaatsingen, 2 actieve netwerkpartners en 6 Social Return partners. De doelstellingen voor de komende twee jaar zijn ambitieus maar realistisch, gebaseerd op verwachte groei in het opdrachtgeversbestand en de instroom van kandidaten.

KPI	Huidige situatie	Doelstelling 2027 (totaal per jaar)	Meetfrequentie
Kandidaten gestart met een traject	15	45-50	Kwartaal

Gerealiseerde plaatsingen per jaar	3	35-40	Kwartaal
Plaatsingsratio (afgeronde trajecten met plaatsing)	100%	Minimaal 70%	Halfjaarlijks
Uitvalpercentage na plaatsing (< 6 mnd)	n.n.b.	Maximaal 15%	Halfjaarlijks
Aantal Social Return partners	6	15-20	Kwartaal
Aantal actieve netwerkpartners	2	5-8	Jaarlijks
Aandeel winst in Impact Reserve	Statutair 30%	Minimaal 30%	Jaarlijks

De doelstellingen zijn uitgedrukt als totaal aantal gerealiseerde trajecten en plaatsingen per kalenderjaar. Waar exacte basisdata nog ontbreekt (aangeduid als 'n.n.b.'), wordt in 2026 een nulmeting uitgevoerd. Resultaten worden vastgelegd in de jaarlijkse impactrapportage.

4. Strategie: hoe realiseren we groei en impact

Werving van opdrachtgevers

Go Social werft nieuwe opdrachtgevers via drie kanalen. Ten eerste via directe acquisitie bij bedrijven die aanbestedingen hebben gewonnen en een SROI-verplichting hebben. Ten tweede via online marketing, waarbij we gerichte content inzetten om zichtbaarheid te vergroten bij de doelgroep. Ten derde via aanbevelingen van bestaande opdrachtgevers.

De propositie richting opdrachtgevers is helder: alle nodige hulp voor de SROI-verplichting, met aantoonbare en meetbare resultaten. Erkenning als sociale onderneming versterkt het vertrouwen bij potentiële opdrachtgevers en ondersteunt de positionering van Go Social als betrouwbare SROI-partner.

Vergroten van kandidaatsinstroom

Go Social vergroot de instroom van kandidaten door het netwerk van toeleidende organisaties actief uit te breiden. We zoeken samenwerking met organisaties die dagelijks werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt: denk aan re-integratiebureaus, maatschappelijke organisaties en publieke instanties. Per samenwerking worden concrete afspraken gemaakt over doorverwijzing en terugkoppeling.

Kwaliteit en schaalbaarheid van trajecten

Go Social standaardiseert het talentetraject zonder de maatwerk kwaliteit te verliezen. Dit betekent: vaste processtappen, gestandaardiseerde voortgangsrapportages en een heldere nazorgstructuur. Jobcoaches worden geselecteerd op aansluiting bij de doelgroep. Bij groei in volume wordt de pool van jobcoaches uitgebreid.

Stakeholdergedreven strategie

Strategische keuzes worden mede gebaseerd op input van stakeholders. Feedback van kandidaten en jobcoaches over de effectiviteit van trainingen en begeleiding wordt per kwartaal besproken en leidt waar nodig tot aanpassingen in het traject. Signalen van opdrachtgevers over SROI-kaders en verwachtingen worden vertaald naar de dienstverlening. Wijzigingen in overheidsbeleid rondom SROI en arbeidsparticipatie worden actief gevolgd en direct meegenomen in strategische beslissingen.

4A. Aanvullende maatschappelijke impact: teamuitjes

Naast het talentetraject organiseert Go Social maatschappelijke teamuitjes voor bedrijven. Dit is geen kernactiviteit binnen de Social Return-propositie, maar een aanvullende vorm van maatschappelijke impact en bewustwording.

Met deze teamuitjes brengt Go Social bedrijven in contact met maatschappelijke thema's zoals eenzaamheid onder ouderen, armoede, natuur en milieu en mensen met een beperking. Medewerkers zetten zich tijdens deze activiteiten actief in voor een maatschappelijk doel en ervaren direct wat maatschappelijke betrokkenheid in de praktijk betekent.

De teamuitjes dragen op twee manieren bij aan de missie van Go Social. Enerzijds vergroten zij de sociale bewustwording en betrokkenheid van medewerkers binnen bedrijven. Anderzijds versterken zij het netwerk van maatschappelijke organisaties en bedrijven waarmee Go Social samenwerkt.

Huidige situatie (2026)

In de periode oktober 2025 tot en met mei 2026 heeft Go Social:

- 8 maatschappelijke teamuitjes georganiseerd
- 378 deelnemers actief betrokken
- 1.712 vrijwilligersuren gerealiseerd

Doelstellingen 2027

Voor 2027 richt Go Social zich op verdere opschaling van maatschappelijke teamuitjes als aanvullende impactpijler. De doelstellingen zijn:

- 100 maatschappelijke teamuitjes organiseren
- 3.500 tot 5.000 deelnemers actief betrekken
- minimaal 15.000 vrijwilligersuren realiseren
- uitbreiding van het netwerk van maatschappelijke locaties en impactpartners

Go Social ziet maatschappelijke teamuitjes als een laagdrempelige manier om bedrijven actief te betrekken bij maatschappelijke vraagstukken en sociale impact tastbaar te maken.

5. Aanpak: het talentetraject

Het talentetraject van Go Social is de kern van de werkwijze. Elk traject duurt gemiddeld 6 tot 9 maanden en is volledig op maat.

#	Fase	Omschrijving
1	Eerste contact	Go Social komt in contact met de kandidaat via netwerkpartners, verwijzingen of directe aanmelding.
2	Intake	Een of meerdere intakegesprekken om de situatie, wensen en mogelijkheden van de kandidaat goed in kaart te brengen.
3	Overeenkomst en privacy	Er wordt een overeenkomst opgesteld met afspraken over het traject en wederzijdse verwachtingen. De kandidaat tekent een privacyverklaring.
4	Breintest	De kandidaat maakt een breintest om cognitieve vaardigheden en natuurlijke talenten in kaart te brengen. Dit vormt de basis voor duurzame loopbaankeuzes.
5	Koppeling jobcoach	De kandidaat wordt gekoppeld aan een jobcoach die aansluit bij de doelgroep en de persoonlijke situatie.
6	Ontwikkelfase	Online trainingen (taal, digitale vaardigheden), fysieke trainingen en baangerichte trainingen op maat.
7	Skill based CV	De kandidaat bouwt een skill-based CV op basis van bewezen vaardigheden. Elke competentie die relevant is voor de arbeidsmarkt wordt actief ontwikkeld en waar mogelijk gecertificeerd.
8	Richting werk	De jobcoach zoekt passende vacatures op basis van talenten, wensen, regio en reistijd.
9	Plaatsing	De kandidaat start bij een passende werkgever.
10	Nazorg	Go Social blijft actief betrokken na plaatsing om uitval te voorkomen en de overgang soepel te laten verlopen.

6. Impactmeting en sturing

Definitie van duurzame plaatsing

Een plaatsing wordt als duurzaam beschouwd wanneer aan drie voorwaarden is voldaan: de kandidaat is minimaal 6 maanden aan het werk, er is actieve nazorg geleverd in die periode en er heeft geen vroegtijdige uitval plaatsgevonden.

KPI's en meetfrequentie

Go Social stuurt op de volgende indicatoren:

- Plaatsingsratio: percentage kandidaten dat succesvol wordt geplaatst ten opzichte van het totaal aantal gestarte trajecten. Doel: minimaal 70%. Meting: halfjaarlijks.
- Uitvalpercentage: percentage kandidaten dat binnen 6 maanden na plaatsing uitvalt. Doel: maximaal 15%. Meting: halfjaarlijks.
- Doorlooptijd traject: gemiddelde duur van intake tot plaatsing. Benchmark: 6 maanden. Meting: per traject.
- Nazorgcontact: percentage kandidaten waarbij minimaal 2 contactmomenten plaatsvinden na plaatsing. Doel: 100%. Meting: per traject.
- Klanttevredenheid opdrachtgevers: kwalitatieve beoordeling per evaluatie. Doel: 9/10. Meting: per traject en kwartaal.

Sturing op resultaten

Meetresultaten worden per kwartaal intern besproken door het bestuur. Afwijkingen van doelstellingen leiden direct tot analyse en bijsturing: in de begeleiding, de selectie van jobcoaches of de inrichting van het traject. Jaarlijkse resultaten worden opgenomen in de impactrapportage en gepubliceerd op de website van Go Social.

7. Financieel beleid en Impact Reserve

Go Social hanteert een financieel beleid dat in dienst staat van de missie. Dit is statutair geborgd via de Impact Reserve: minimaal 30% van de winst wordt gereserveerd voor activiteiten die direct bijdragen aan arbeidsparticipatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Dividenduitkeringen zijn ondergeschikt aan de missie en worden vastgesteld door de Algemene Vergadering. Winst is bij Go Social een middel om meer impact te realiseren en de organisatie te schalen, niet een doel op zich.

8. Transparantie en verantwoording

Go Social voert een actief informatiebeleid. Jaarlijks stelt het bestuur een bestuursverslag op met een beschrijving van de maatschappelijke impact, de meetmethode, de werking van het stakeholderbeleid, het bezoldigingsbeleid en het dividendbeleid. Dit verslag wordt gepubliceerd op de website van Go Social.

De jaarrekening en het bestuursverslag worden ter beschikking gesteld aan alle relevante partijen. Maximale transparantie is het uitgangspunt: over resultaten, over financiering en over de manier waarop Go Social haar missie invult.