

Beleidsplan 2025 Wereldwinkel Wassenaar, “The Fairtrade giftshop”



Doelstelling:

Wereldwinkel Wassenaar wil zich profileren als de Fairtrade Giftshop voor Wassenaar waar producten “met een verhaal” worden verkocht, gemaakt volgens de fairtrade-principes. Uitgangspunt bij alle activiteiten is het bevorderen van eerlijke handel.

In 2025 zal Wereldwinkel Wassenaar zich richten op handhaving of verhoging van de huidige omzet en waar mogelijk kosten besparen. De Wereldwinkel streeft naar een positief resultaat. Dit positieve resultaat kan worden omgezet in een donatie aan een nader te bepalen project in een ontwikkelingsland.

Wereldwinkel Wassenaar krijgt door sluiting van Wereldwinkels in de directe omgeving steeds meer een regionale functie. Bereikbaarheid en uitstraling van de winkel wordt hierdoor belangrijker. De Wereldwinkel is in Wassenaar een van de weinige cadeauwinkels. Na het beëindigen van de Fairtrade Werkgroep van de gemeente is het nog belangrijker dat wij ons positioneren als DE Fairtrade Giftshop voor Wassenaar en omgeving.

Wereldwinkel Wassenaar behoudt de ANBI-status.

Speerpunten 2025:

- Het aanbieden van onderscheidende fairtrade-producten met een verhaal.
- Scherp inkoopbeleid gericht op fairtrade-artikelen en het hebben van minimale voorraden.
- Verdere afname van de voorraad, verminderen winkeldochters.
- Prijsbeleid bepaald door zorgvuldig gebruik van marges.
- Optimaliseren van het gebruik van het computersysteem voor boekhouding.
- Genereren van extra financiële armslag d.m.v. donaties of sponsoring.
- Aandacht voor foutloos gebruik van kassasysteem.
- Optimaliseren van productinformatie voor medewerkers en voor de klant.
- Handhaving van zo laag mogelijke kosten wat betreft huisvesting, verpakkingsmaterialen en eigen gebruik.
- Etaleren in overleg met inkoopgroep waarbij gelet wordt op afwisseling van producten in de winkel en in de etalages, inspelen op evenementen en speciale kalenderdagen en gebruik van de voorraden.
- Het zoveel mogelijk naar buiten treden o.a. door deelname aan markten.
- Het optimaal inzetten van social media en andere communicatiemiddelen. Voortzetting gebruik social media, krant, website, Facebook, Instagram.
- Overleg, regionaal en landelijk.
- Lokaal contacten onderhouden met Centrum Management en Vrijwilligers Centrale.
- Handhaven aantal medewerkers, werving van nieuwe medewerkers.
- Transparantie naar medewerkers en klanten.
- Enthousiasmeren, opleiden van (nieuwe) medewerkers.