



Focus 2^e helft 2026 | actieplan ledengroei

DATUM: 11 mei 2026

AUTEUR: Bestuur IN

1 Inleiding

Na evaluatie van de eerste helft van 2026 heeft het bestuur besloten tot een herziene focus voor de tweede helft van het jaar. De prioriteit ligt op het behouden en uitbreiden van ons netwerk van interieurprofessionals, met gerichte acties op werving, communicatie en partnerschappen.

1.1 AANGEPASTE FOCUS UIT OORSPRONKELIJKE DOCUMENT FOCUS 2026:

- **Prioriteit 1:** Doelstelling 2.2 – Werven interieurprofessionals
- **Prioriteit 2:** Doelstelling 2.1 – Verbonden netwerk (behoud en betrokkenheid)
- **Ondersteunend:** Doelstelling 2.4 – Externe communicatie professionaliseren
- **Ondersteunend:** Doelstelling 2.3 – Samenwerking met merkpartners
- **Beperkt:** Doelstelling 2.5 – Kwaliteitslabel (alleen website en zichtbaarheid)
- **Uitgesteld:** Doelstelling 2.6 – Kennisdeling (naar 2027/2028)

2 Herziene doelstellingen

2.1 VERBONDEN NETWERK: BEHOUD EN BETROKKENHEID VERGROTEN

Hoofddoel:

Uitstroom van aangesloten interieurprofessionals reduceren van huidige 26% (in 2025) naar maximaal 15% in 2026 (27 personen), en betrokkenheid verhogen door minimaal 40% respons op tevredenheidsonderzoek en 60% van aangeslotenen (107 personen) laten deelnemen aan minimaal 1 activiteit in 2026, met per activiteit vooraf vastgestelde deelnemersdoelstellingen zoals Festival Interieur: 90 aangeslotenen + 30 niet-aangeslotenen (totaal 120 deelnemers).

Concrete acties:

- **Testimonial-programma** starten bij alle IN-activiteiten
- **Enquête aangesloten interieurprofessionals** uitvoeren voor behoeftepeiling en tevredenheidsonderzoek



- **Uitstroom-registratie** implementeren om redenen van vertrek systematisch vast te leggen (met terugwerkende kracht vanaf 2025 – heden)
- **Ambassadeursprogramma** opzetten met harde kern van het netwerk
- **Value report** opstellen en communiceren naar alle aangeslotenen
- **Kennisbibliotheek** updaten en actueel houden
- **Deelnemersdoelstelling** koppelen aan alle activiteiten om resultaat meetbaar te maken.
- **Commercieel werk uitbreiden** via Karwei, De Ruijtermeubel en VT-Wonen

2.2 WERVEN INTERIEURPROFESSIONALS: GROEIEN MET FOCUS OP KWALITEIT

Hoofddoel:

50 nieuwe interieurprofessionals laten aansluiten bij het IN-netwerk in de periode juli-december 2026, verdeeld over: DesignDistrict (10 conversies), studentencampagne (10 aansluitingen), ex-aangeslotenen (5 heraansluitingen), via partners (5 aansluitingen), via overige activiteiten (10 aansluitingen) en via referral programma (10 aansluitingen).

Concrete acties:

- **DesignDistrict deelname** (27-29 mei) met focus op 30 proefabonnementen → 10 betaalde conversies
- **Student/Starter wervingscampagne** via NIA Academie, Interieur Academie, Build Your Interior Business en Marie-Gon
- **Ex-aangeslotenen enquête** met uitnodiging voor hernieuwde kennismaking
- **Referral programma** aanpassen naar €50 voordeel voor beide partijen
- **2 maanden gratis proefperiode** mogelijk voor alle nieuwe aansluitingen
- **Werven via partnerschappen** via bijv. Vadain Favourites, Vloerstylist, Decorette en Piet Klerkx
- **Brainstormen over meer ideeën** om partners, onderwijs en andere partijen te betrekken bij werven nieuwe aangeslotenen.

2.3 SAMENWERKING MET MERKPARTNERS: STABIEL EN WAARDEVOL

Hoofddoel:

Partnerinkomsten stabiliseren en waar mogelijk verhogen door het tarief van startpartners te indexeren naar 395,- euro (per 1 juni 2026) voor nieuwe partners. En door te onderzoeken of we het startpartnerschap meer waarde kunnen geven en deze daardoor nog verder kunnen verhogen.

Concrete acties:



- **Startpartner tarief verhogen** van €350,- naar €395,- per 1 juni
- **Waardeverhoging startpartnerschap onderzoeken** om verdere verhoging naar €475,- te realiseren
- **Kwalitatief onderzoek partners** over mogelijke verbeteringen partnerschappen
- **Value report naar merkparkers** met ROI-inzicht (zonder persoonlijke cijfers)
- **Nieuwe partnerships** identificeren en benaderen via DesignDistrict

2.4 EXTERNE COMMUNICATIE PROFESSIONALISEREN

Hoofddoel:

Meer betrokkenheid, zichtbaarheid en duidelijke uitstraling van IN realiseren door externe communicatie via social media, website en nieuwsbrief te verbeteren en de volledige breedte van ons netwerk zichtbaar te maken volgens vastgestelde formats en tone-of-voice richtlijnen tot december 2026.

Concrete acties:

- **Testimonial-script** ontwikkelen en 4 video-testimonials per maand produceren bij IN-activiteiten
- **Social media content verhogen** door zichtbaar te maken wie IN is en wat zij doet: niet alleen activiteiten, maar posts waarin de meerwaarde van IN duidelijk wordt, waarin we interieurprofessionals en merkparkers uitlichten en regelmatig doorverwijzen naar het online platform
- **Nieuwsbrief optimaliseren** met focus op activiteiten, aangevuld met vast blok over IN-meerwaarde en introductie nieuwe partners
- **Strategische inzet** van alle communicatiekanalen voor werving nieuwe aangeslotenen
- **Tone-of-voice** consequent toepassen volgens AI Kennisbank richtlijnen

2.5 KWALITEITSLABEL: BEPERKTE UITROL

Hoofddoel:

Consumentenwebsite 'interieurprofessional gezocht' soft lanceren voor 1 september 2026 met communicatie naar achterban en media over website en kwaliteitslabel, waarbij 80% van aangesloten interieurprofessionals (142 personen) het IN-kwaliteitslabel logo op hun website plaatst tegen december 2026.

Concrete acties:

- **Consumentenwebsite** afronden en soft lanceren voor 1 september 2026
- **SEO-optimalisatie** en social media activatie voor website



- **IN-logo promotie** bij aangesloten interieurprofessionals voor plaatsing op hun websites
- **Communicatiecampagne** naar achterban en media over kwaliteitslabel
- **Persbericht** en kleine campagne om te claimen dat IN hét kwaliteitslabel voor interieurprofessionals is
- **Portfolio-koppeling VT-Wonen** onderzoeken (indien samenwerking doorgaat)

3 Succes indicatoren

- 50 nieuwe aangeslotenen interieurprofessionals
- Maximaal 27 personen uitstroom (15%)
- 107 aangeslotenen bezoeken minimaal 1 activiteit
- 40% respons enquête aangeslotenen
- 25% respons enquête ex-aangeslotenen
- 5 hernieuwde aansluitingen via ex-aangeslotenen
- 142 aangeslotenen (80%) plaatsen IN-logo op website
- 4 video-testimonials per maand (is)
- 3 merkpartners upgraden naar €475
- 2 nieuwe partnerships
- Break-even financieel resultaat

4 Praktische aanpassingen

NB. Onderstaande aanpassingen zijn allemaal door het bestuur besproken tijdens het crisis-overleg d.d. 11 mei 2026 en unaniem aangenomen.

4.1 NIEUWE TARIEFSTRUCTUUR

Na zorgvuldige afweging heeft het bestuur besloten tot een maatvolle tariefverhoging, de eerste in minimaal 8 jaar. Deze aanpassing is noodzakelijk geworden door aanzienlijke kostenstijgingen, met name in de teamtarieven die zijn gestegen van €25 per uur tot 2024 naar €33 in 2025 en €36 in 2026. Voor 2027 verwachten we minimaal €38 per uur vanwege synchronisatie met overheidstarieven ter voorkoming van schijnzelfstandigheid. Daarnaast hebben alle operationele kosten te maken gehad met inflatie. Zonder deze tariefverhoging is het niet haalbaar om IN te blijven organiseren zoals we nu doen en de kwaliteit van ons netwerk te waarborgen. We hebben bewust gekozen voor een beperkte verhoging van minder dan 10%, wat nog altijd onder de cumulatieve inflatie van de afgelopen jaren ligt. Hiermee willen we het netwerk tegemoet komen en erkennen we de huidige onzekere economische situatie waarin veel interieurprofessionals zich bevinden.



Ingangsdatum: Direct voor nieuwe aansluitingen, bestaande aangeslotenen per 1 januari 2027

Abonnement	Oude contributie	Nieuwe contributie	Verhoging
Basis	€275	€299	8,7%
Premium	€345	€379	9,9%

4.1.1 Merkpartners

Voor het startpartnerschap indexeren we het tarief naar €395. Daarnaast onderzoeken we of we waarde kunnen toevoegen aan het startpartnerschap, waardoor een tariefverhoging naar €475 mogelijk is. We merken dat veel partners het huidige partnerschap te beperkt vinden, maar de vervolgstap qua kosten niet past bij hun organisatie. Door het partnerschap beter aan te laten sluiten bij de behoefte kunnen we tegelijkertijd het tarief verhogen met €80.

Abonnement	Oude contributie	Nieuwe contributie	Verhoging
Learn	€0	€0	0%
Media	€0	€0	0%
Spark	€0	€0	0%
Start	€350	€395	12,8%
Boost	€995	€995	0%
Shine	€1995	€1995	0%

4.2 NIEUWE INCENTIVES & REGELINGEN

4.2.1 Referral Programma

Het huidige referral programma wordt aangepast van een korting voor de aangeslotene volgend jaar naar €50 voordeel voor beide partijen. De aangeslotene krijgt €50 korting op de contributie van het volgende jaar, terwijl de nieuwe aangeslotene €50 korting krijgt bij aanmelding.

4.2.2 Proefperiode

Alle nieuwe aansluitingen krijgen voortaan 2 maanden gratis kennismaking met het netwerk. Het abonnement wordt automatisch omgezet naar een betaald abonnement tenzij opgezegd voor het einde van de proefperiode.

4.2.3 Activiteiten Toegang

Om de waarde van het netwerk zichtbaarder te maken, krijgen aangesloten interieurprofessionals gratis toegang tot alle IN-activiteiten. Niet-aangeslotenen betalen



voortaan een minimale bijdrage van €25,- (afhankelijk van de activiteit). Dit voorkomt dat mensen structureel gebruik maken van gratis activiteiten zonder zich aan te sluiten.

4.3 JAARPLANNING 2027: KWALITEIT BOVEN KWANTITEIT

Voor 2027 kiezen we bewust voor minder activiteiten van hogere kwaliteit. Dit sluit aan bij de feedback uit het netwerk en zorgt voor een efficiëntere inzet van middelen en tijd.

Vastgestelde activiteiten voor 2027:

- Nieuwjaarsborrel met/bij merkpartner
- 2x bedrijfsbezoek (Maiburg + DeltaLight/Wever Ducre/Orac)
- 1-2x event met merkpartner (DB keukens februari)
- 1-2x netwerkontbijt met interessante spreker/locatie
- Festival Interieur (geen Groots Groen Event meer)
- 1-2x expositie/designer bezoek (september Ignore incl. BBQ)
- Designreis Antwerpen (bij succes Madrid 2027)
- DesignDistrict herhalen bij succes (lezingen woensdag/donderdag)
- 1 cursus/jaar met echte inhoud (trendspotten, AI, marketing)

4.3.1 Meetbare activiteitendoelstellingen

Vanaf juni 2026 formuleren we bij elke te organiseren activiteit vooraf een concrete deelnemersdoelstelling. Dit maakt onze betrokkenheidsambities meetbaar en helpt bij het evalueren welke activiteiten het meest effectief zijn voor netwerkbetrokkenheid. Per activiteit wordt vastgelegd hoeveel aangeslotenen en niet-aangeslotenen we verwachten, zodat we de ROI en het bereik kunnen monitoren.

5 Uitvoering

Week	Actie	Deadline	Verantwoordelijke
MEI 2026			
WK 20	Testimonial-script ontwikkelen	12-5	Lotte
WK 21	Overzicht mogelijke nieuwe partners te benaderen tijdens DesignDistrict	25-5	Kim
WK 22	Contributieverhoging activeren voor nieuwe aansluitingen	31-5	Yvonne & Lotte
WK 22	Tariefverhoging activeren voor Startpartners	31-5	Yvonne & Lotte
WK 22	Plan ambassadeurs + benaderen	31-5	Lotte & Kim
JUN 2026			



WK 23-24	Student wervingscampagne uitrollen	14-6	Lotte
WK 25	Concept jaarplanning 2027	30-6	Lotte & Daphne
WK 25	Uitstroom-registratie implementeren (terugwerkend 2025)	24-5	Anne
WK 25-26	Enquêtes opstellen en uitzetten (aangeslotenen + ex-aangeslotenen)	20-5	Lotte, Kim, Yvonne & Anne
<u>JUL 2026</u>			
WK 27	Value report opstellen en communiceren	3-7	Lotte
WK 27-30	Abonnement automatisering implementeren (MailerLite + Mollie/Stripe)	26-7	Josephien & Lotte
WK 29-30	Onderzoeken mogelijkheid om startpartnertarief te verhogen	26-7	Kim, Yvonne & Lotte
<u>AUG 2026</u>			
WK 32-35	Communicatiecampagne kwaliteitslabel opzetten	26-8	Lotte
WK 33-34	Merkpartner samenwerkingen uitbreiden (Vadain, Vloerstylist, Decorette, Piet Klerkx) + Brainstorm meer wervingsideeën.	23-8	Kim, Yvonne & Lotte
<u>SEPT 2026</u>			
WK 35	Concept planning 2027 delen met partners	30-8	Daphne
WK 36-37	Consumentenwebsite live zetten en SEO starten	13-9	Lotte
WK 38-39	Kennisbibliotheek update en brainstorm thema-relevantie	27-9	Lotte, Kim, Yvonne & Josephien
<u>OKT 2026</u>			
WK 40	Evaluatie H2 resultaten	4-10	Lotte
WK 41-42	Commercieel werk nieuwe kansen onderzoeken	18-10	Kim
<u>NOV-DEC 2026</u>			
WK 48-51	Planning 2027 finaliseren	20-12	Lotte & Daphne

5.1 VERANTWOORDELIJKHEDEN

Rol	Hoofdverantwoordelijkheden
Voorzitter (Lotte)	Enquêtes, value report, overall coördinatie
Secretaris (Kim)	Testimonials, enquêtes, ambassadeurs benaderen,
Penningmeester (Yvonne / Josephien)	Tariefstructuur implementeren, automatisering
Contactpersoon Interieurprofessionals (Anne)	Uitstroom-registratie, enquête opvolging
Team Communicatie (Mayke & Lotte)	Testimonials, enquêtes, social media, student wervingscampagne
Team Partners (Kim & Yvonne)	Merkpartner uitbreiding, nieuwe samenwerkingen
Team Activiteiten (Daphne, Lotte & Kim)	Jaarplanning 2027
Team Website (Kim & Lotte)	Website, automatisering, kennisbibliotheek

6 Evaluatie en bijsturing

Evaluatiemoment: 1 oktober 2026

Criterium: Bijsturing indien <50% van targets behaald

Rapportage: Maandelijks incheck op implementatietijdlijn & doelstellingen

Dit document vervangt de oorspronkelijke Focus 2026 voor de periode juli-december 2026 en dient als leidraad voor alle activiteiten van IN in de tweede helft van 2026.