



Toolbox

April 2024

# Smart Makers Academy.



Op het juiste spoor  
naar de toekomst.

# Inhoud Toolbox



## 1. Smart Makers Academy

Wat is de Smart Makers Academy, voor wie is het bedoeld? Onze visie op leren en innoveren volgens de metrolijn methode. Hoe pakken we dat aan en hoe borgen we de kwaliteit in onze ontwikkel- en kwaliteitscyclus.

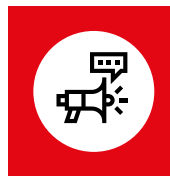
---



## 2. Het opzetten van een metrolijn

Van leerdoelen tot evaluatie en certificering; hoe zet je een metrolijn op aan de hand van de 5 stappen van de ontwikkel- en kwaliteitscyclus.

---



## 3. Communicatie en huisstijl

Hoe zetten we de Smart Makers Academy herkenbaar en eenduidig in de markt en bereiken we onze doelgroepen?

---



## 4. Financiering en Ondersteuning

Welke ondersteuning is er beschikbaar op inhoud, methodiek, uitvoering en financiering?

---

# 1. Smart Makers Academy

Wat is de Smart Makers Academy, voor wie is het bedoeld? Onze visie op leren en innoveren volgens de metrolijn methode. Hoe pakken we dat aan en hoe borgen we de kwaliteit in onze ontwikkel- en kwaliteitscyclus.

# 1. Smart Makers Academy

1.1 Smart Makers Academy

1.3 De metrolijn methode

1

2

3

4

1.2 Op wie richten we ons

1.4 De ontwikkel- en kwaliteitscyclus



# 1.1 Smart Makers Academy

De Smart Makers Academy ondersteunt mkb maakbedrijven bij het toepasbaar maken van digitale technologieën in het bedrijf. Het uitgangspunt is de huidige vraag en behoefte van een bedrijf en wat digitale technologie daarin kan betekenen, *vraag gedreven* werken noemen we dat. We gaan daarbij verder dan inspireren alleen en ondersteunen met kennis, vaardigheden en inzichten om de vertaling te maken naar het eigen werk en bedrijf. Met bijzondere aandacht voor wat dit betekent voor de benodigde kennis en vaardigheden van mensen in de organisatie en hoe je hen hierin betreft. Met als resultaat een concreet en tastbaar plan of product en inzicht op welke manier, met wie en hoe de stap tot het implementeren van digitale technologie kan worden gezet.



### Wat doen we?

We bieden een praktijkgerichte aanpak van leren en innoveren 'de metrolijn'. Een traject wat aanzet tot verdere ontwikkeling van digitale toepassingen in het bedrijf en direct merkbaar resultaat. In onze aanpak sta je als bedrijf niet alleen en bouw je op de ervaring van collega-bedrijven en kennis van koplopers, solution partners en kennisinstellingen. Zo kun je in groepsverband en als individueel bedrijf (eerste) stappen zetten in het verzilveren van de kansen van digitalisering.

### Hoe doen we dat?

Onze Smart Makers Academies geven bedrijven inzicht in de kansen van digitalisering en hoe deze toepasbaar te maken in het eigen bedrijf. Dat doen we door middel van een 'metrolijn' traject met best practices, begripvorming, identificatie van mogelijkheden in het eigen bedrijf en wat ervoor nodig is om deze te verzilveren. Ook ondersteunen ze medewerkers in het hele bedrijf bij de ontwikkeling van de daarvoor benodigde digitale vaardigheden. Dit alles gebeurt in *contextrijke leeromgevingen* en *korte en krachtige trajecten* (metrolijnen). De nanomodules (stations) in het traject leiden op tot een set van benodigde kennis en vaardigheden die kunnen worden gecertificeerd met een open badge.





# 1.3 De metrolijn methode

De Smart Makers Academy metrolijn methode onderscheidt zich door:

- Een vraag gedreven aanpak waarbij de (technologische) mogelijkheden van morgen in verbinding worden gebracht met de behoefte en uitdagingen van vandaag.
- Een korte en krachtige praktijkgerichte aanpak die leidt tot direct resultaat, passend bij mkb bedrijven.
- Laagdrempelig stappen te kunnen zetten in grote opgaven als digitalisering en verduurzaming.
- Nanoleren in een contextrijke leeromgeving in groepsverband
- Toegankelijk en overzichtelijk aanbod (metrokaart)
- Persoonlijke en flexibele ontwikkelpaden (metrolijnen)
- Certificering met open badges op basis van gevalideerde sets van skills (skillsprofielen), passend bij de toekomstige skills gebaseerde arbeidsmarkt

## Tools



Klik voor de  
beschikbare tools:



[Richtlijnen  
metrolijn](#)

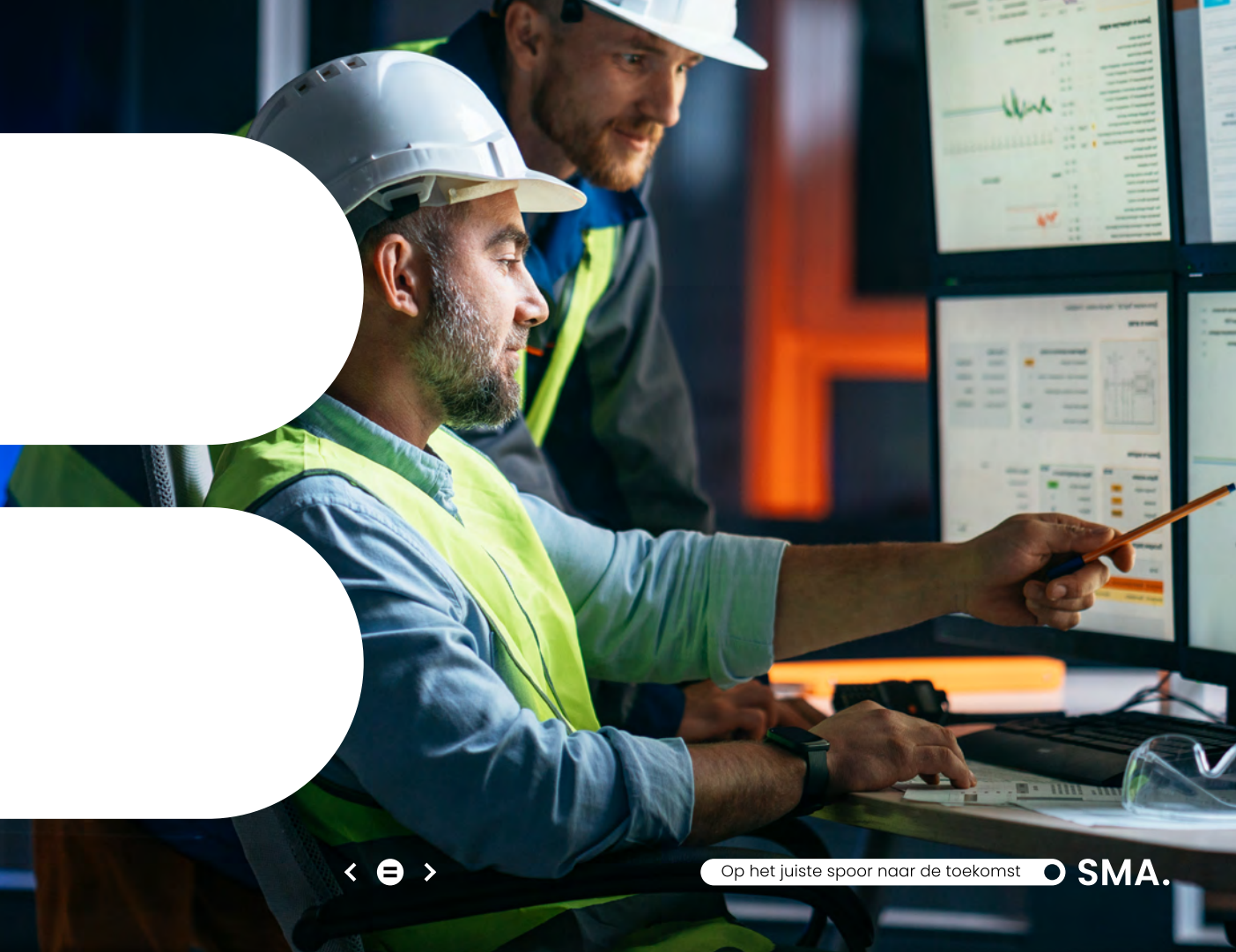
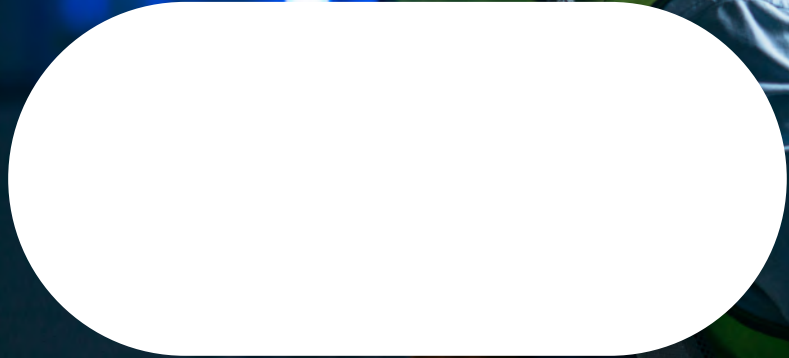
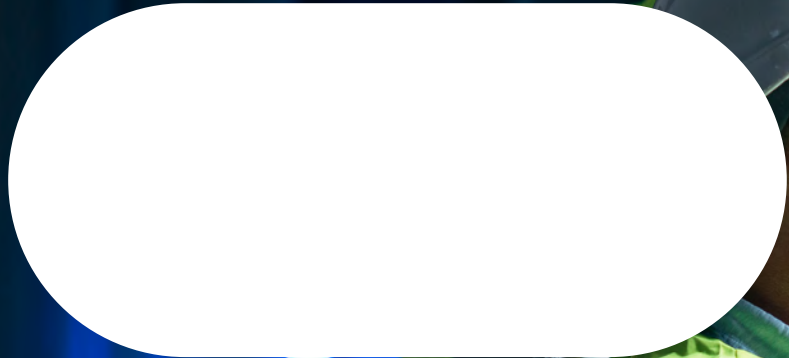


[Richtlijnen  
metrokaart](#)

# 1.4 Onze ontwikkel- en kwaliteitscyclus

De Smart Makers Academy beweegt mee met de behoefte en de ontwikkelingen in de (arbeids)markt. De focus van onze methode ligt op het analyseren en adresseren van actuele vraagstukken uit het bedrijfsleven, met als doel het leveren van toegevoegde waarde met de digitale technologieën van morgen. De ontwikkel- en kwaliteitscyclus stelt ons in staat om realistische, actuele én hoogwaardige metrolijnen te bieden die in een korte cyclus kan worden doorlopen en bijgesteld.





## 2. Het opzetten van een metrolijn

Van Leeruitkomsten tot evaluatie en certificering; hoe zet je een metrolijn op aan de hand van de vijf stappen van de ontwikkel- en kwaliteitscyclus?

# 2. Het opzetten van een metrolijn

**2.1 Analyse vraag en waardepropositie maken**

**2.3 Samenstellen metrolijn**

**2.5 Evaluatie leerproces, validatie leeruitkomsten & certificeren**

2.5.1 Evaluatie

1

2

3

4

5

**2.2 Bepalen metrolijnen; beoogd doel en leeruitkomsten**

2.2.1 Leeruitkomsten omzetten naar vaardigheden (skills)

**2.4 Uitvoering metrolijn**

# 2.1 Analyse vraag en waardepropositie maken

De eerste stap bij het vormgeven van een metrolijn of metrokaart is samen met de kernpartners (bedrijven en opleiders) inventariseren welke vraagstukken actueel zijn en welke beoogde meerwaarde de metrolijnen moeten gaan bieden.

- **Welke vraagstukken leven er bij de bedrijven?**
- **Welke toegevoegde meerwaarde kan je samen met koplopers en opleiders realiseren voor deelnemers, bedrijven en je partners?**
- **Wat levert deelname van bedrijven en deelnemers aan deze metrolijnen hen op?**

Door het gebruik van het 'Metrolijn canvas' bepaal je de waarde die metrolijnen toevoegen voor de doelgroepen. Wie of welke combinatie van

doelgroepen moeten in beweging komen om deze waarde te creëren? Bijvoorbeeld directeuren, HR-functionarissen of monteurs? Met welk doel zouden zij deelnemen en welke reactie wil je tot stand brengen bij de doelgroep? B.v. inzicht in de mogelijkheden en opstellen van een businessplan of het realiseren van een concrete eerste ervaring of (kleine) toepassing in het bedrijf.

*Tip! Maak gebruik van het waarde propositie canvas om zicht te krijgen op de beoogde meerwaarde. Ook een hackathon is een mooi instrument om inzicht te krijgen in de behoefte van en kansen voor bedrijven.*

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [Metrolijncanvas](#)
- ↓ [Metrolijn Designer](#)
- ↓ [Toelichting Metrolijn Designer](#)
- ↓ [Richtlijnen metrolijn](#)
- ↓ [Richtlijnen metrokaart](#)

## 2.2 Bepalen metrolijnen; beoogd doel en leeruitkomsten

De combinatie van een (ander) doel en doelgroep vormt een metrolijn. Per metrolijn doorloop je de ontwikkel- en kwaliteitscyclus, maak waar mogelijk gebruik van al bestaande beschrijvingen van leeruitkomsten en skills en ontwikkel nieuwe waar nodig.

### Leeruitkomsten identificeren

Stap 2 is het bepalen van de leeruitkomsten per metrolijn. Wat moet de deelnemer kunnen en kennen om het beoogde doel en de meerwaarde te behalen. Zorg dat de leeruitkomsten specifiek, haalbaar en meetbaar zijn.

Het inventariseren van leeruitkomsten is een **samenwerkingsproces**, waarbij alle belanghebbenden moeten worden betrokken:

- Werkveld (koplopers)
- Solution providers
- Opleiders
- Lectoraten

Het skillsprofielcanvas en de interview-methodiek helpen je bij het identificeren en valideren van de leeruitkomsten. Het resultaat van dit proces is een overzicht van de benodigde, meetbare leeruitkomsten. Check continue of de beoogde leeruitkomsten nog bijdragen aan het beoogde doel en de beoogde reactie, doe je niet te veel of juist te weinig?

### Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Handleiding Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Voorbeeld hoofd- en subskills](#)
- ↓ [Info en link ESCO](#)
- ↓ [Voorbeeld lastechniek](#)
- ↓ [Voorbeeld zorg](#)
- ↓ [Voorbeeld Microsoft](#)

## 2.2.1. Leeruitkomsten omzetten naar vaardigheden (skills)

De volgende stap is het omzetten van de leeruitkomsten naar vaardigheden (skills):

Om leeruitkomsten goed te kunnen vertalen naar vaardigheden, is van belang dat deze goed geformuleerd zijn. Gebruik bijvoorbeeld actiewerkwoorden, zoals 'ontwerpen', 'bedienen', 'afstemmen'.

'Kennis van 3D-printers gebruiken' wordt dan bijvoorbeeld: 'Het kunnen bedienen van een 3D-printer'.

Voor het formuleren van de vaardigheid maak je de leeruitkomst specifiek en voegt eventueel een context toe. Je vervangt algemene termen door concretere:

'Het kunnen bedienen van een 3D-printer' wordt dan bijvoorbeeld: 'Kan een 3D-geprint prototype aanpassen op basis van feedback in een productieomgeving'.

### Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Handleiding Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Voorbeeld hoofd- en subskills](#)
- ↓ [Info en link ESCO](#)
- ↓ [Voorbeeld lastechniek](#)
- ↓ [Voorbeeld zorg](#)
- ↓ [Voorbeeld Microsoft](#)



## Skillsprofiel

Een skillsprofiel bouw je op uit een reeks leeruitkomsten en bijbehorende vaardigheden die logisch bij elkaar horen. Binnen de Smart Makers Academy bestaat een skillsprofiel in principe uit leeruitkomsten en vaardigheden waarmee de deelnemer in staat is om de mogelijkheden voor toepassing van de betreffende technologie in zijn eigen werkomgeving te analyseren en uit te werken. Door meetinstrumenten zoals een rubrics in te zetten, gebaseerd op de gewenste leeruitkomsten, kunnen we de realisatie van deze leeruitkomsten concreet en meetbaar maken. Dit houdt in dat we beschrijven hoe het behalen van de leeruitkomsten vastgesteld kan worden.

## Bestaande taxonomieën en standaarden

Je kunt bij het beschrijven van skills en skillsprofielen in veel gevallen gebruikmaken van gestandaardiseerde taxonomieën en beroepsstandaarden. Kijk zeker even bij de Europese vaardigheden taxonomie ESCO, Nederlandse NEN-normen of internationale ISO-normen.



## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Handleiding Skillsprofielcanvas](#)
- ↓ [Voorbeeld hoofd- en subskills](#)
- ↓ [Info en link ESCO](#)
- ↓ [Voorbeeld lastechniek](#)
- ↓ [Voorbeeld zorg](#)
- ↓ [Voorbeeld Microsoft](#)

# 2.3 Samenstellen metrolijn

Stap 3 is het creëren van een coherente en effectieve serie workshops – de ‘metrolijn’:

De metrolijn-benadering is een visuele en gestructureerde manier om het leerproces te ontwerpen. Door van een of meerdere leeruitkomsten haltes te maken, zien deelnemers hun voortgang en begrijpen hoe elke uitkomst past in het grotere geheel. Houdt er rekening mee dat haltes overgeslagen worden als leeruitkomsten voor de deelnemer niet nodig of relevant zijn.

Zorg ervoor dat de metrolijn als geheel toewerkt naar het beoogde doel en de beoogde reactie zoals eerder vastgesteld op het metrolijncanvas. Start niet pas op het eind met metrolijnen voor medewerkers maar betrek hen juist vroeg bij het traject en geef hen (via de metrolijn) ruimte voor meedenken en inspraak.

## 1. Leeruitkomst

Analyseer je skillsprofiel: Hoe zijn je verschillende vaardigheden met elkaar verbonden? Welke vaardigheden hebben prioriteit? En welke skills vullen elkaar aan?

## 2. Volgorde

Denk aan een metrokaart. Bepaal de volgorde waarin je de vaardigheden wilt behandelen en hoeveel tijd je wil je besteden aan elke vaardigheid.

## 3. Werkvormen

Elke vaardigheid skill vereist mogelijk een andere benadering of werkvorm, denk aan hands-on activiteiten, discussie of zelfstudie.

## 4. Feedback en Evaluatie

Bouw momenten in voor feedback en evaluatie na elke workshop. Dit helpt om de kwaliteit van de volgende workshops te verbeteren en om te bepalen of deelnemers de skills daadwerkelijk oppikken.

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [Metrolijn Designer](#)
- ↓ [Toelichting Metrolijn Designer](#)
- ↓ [Metromap Design Studio](#)
- ↓ [Toelichting Metromap Design Studio](#)
- ↓ [Richtlijnen metrolijn](#)
- ↓ [Richtlijnen metrokaart](#)

**Het strategisch fundament  
van Digital Twin** **X**  
Dinsdag 19 september | 15:30 – 19:00

**Hoe zet je Digital  
strategisch in** **L**  
Dinsdag 10 oktober | 15:30 – 19:00

**Wat betekenen  
voor de praktijk** **L**  
Dinsdag 7 november | 15:30 – 19:00

**Wat vraagt Digital Twin  
van de organisatie** **W**  
Dinsdag 12 december | 15:30 – 19:00

**Hoe ga je data verzamelen** **W**  
Vrijdag 6 oktober | 13:00 – 17:00

**Data geschikt maken** **W**  
Dinsdag 31 oktober | 15:30 – 19:00

**Hoe verwerk je data** **W**  
Dinsdag 21 november | 13:00 – 17:00

**Hoe gebruik je data** **W**  
Dinsdag 7 december | 13:00 – 17:00

# 2.4 Uitvoering metrolijn

Stap 4 is het in de praktijk uitvoeren van de metrolijn, waarbij de deelnemers in verschillende workshops de reis maken langs alle stations en zich de bijbehorende vaardigheden eigen maken.

## 1. Voorbereiding

Zorg dat je alle benodigde materialen en middelen klaar hebt staan. Dit omvat onder meer de leermaterialen, technologische hulpmiddelen en eventuele praktische voorzieningen zoals ruimtes of apparatuur.

## 2. Veilige Leeromgeving

Zorg dat de deelnemers veilig werken, zich op hun gemak voelen en bereid zijn om vragen te stellen, fouten te maken en van elkaar te leren. Dit vergemakkelijkt het leerproces en bevordert interactie.

## 3. Flexibiliteit

Hoewel je een gedetailleerd plan hebt, blijf responsief. Pas je aan op de behoeften van de groep, stel bij waar nodig en zorg voor voldoende rustmomenten.

## 4. Voortdurende Evaluatie

Wees, naast de geplande evaluatiemomenten, alert op directe feedback tijdens de sessies. Dit kan je waardevolle inzichten geven om latere stations (workshops) te optimaliseren.

## 5. Betrek de Deelnemers

Laat deelnemers regelmatig reflecteren op wat ze hebben geleerd en hoe ze de nieuwe vaardigheden in de praktijk kunnen brengen. Moedig ze aan om hun leerervaringen te delen.

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:



[Evaluatieformulier deelnemers](#)



[Metrolijn Planner](#)



[Toelichting Metrolijn Planner](#)

# 2.5 Evaluatie leerproces, validatie leeruitkomsten & certificeren

## 2.5.1 Evaluatie

Om vast te stellen of aan de leeruitkomsten is voldaan, zijn verschillende manieren. Het uitwerken van een businesscase door de deelnemers is één van deze manieren. Hierbij demonstreren zij hun verworven kennis en vaardigheden en de praktische toepassing ervan in hun dagelijkse werk. Echter, naast de businesscase zijn er vele andere benaderingen mogelijk zoals een werkstuk, roadmap of implementatieplan. Ook het gebruik van een rubric, bijvoorbeeld, helpt om te beoordelen of aan de gestelde criteria is voldaan en biedt een gestructureerde manier om de vaardigheden te evalueren.

### Verbreden en verdiepen

Bij Smart Makers Academy ligt de focus op korte, contextrijke trajecten die deelnemers praktijkgericht laten kennismaken met de toepasbaarheid van nieuwe technologieën in hun eigen context. Voor de daadwerkelijke implementatie in het bedrijf zijn vaak diepgaandere kennis en implementatietrajecten nodig. Opleidingen van kennisinstellingen en opleiders vullen deze behoefte aan, door een brug te slaan tussen introductie en volledigheid in benodigde vaardigheden en kennis voor (zelfstandige) praktische toepassing. Bovendien bieden partners uit ons netwerk, zoals fieldlabs, ondersteuning bij het uitvoeren van experimenten of begeleiden van implementaties.

### Tools



Klik voor de beschikbare tools:



[Metrolijncanvas](#)



[Voorbeeld rubric voor skills assesment](#)

## 2.5.2 Certificering met Open Badges

Een metrolijn op basis van een gevalideerd skillsprofiel wordt afgesloten met een certificering. Hiermee geef je de deelnemers een tastbaar bewijs van hun inspanningen en verworven vaardigheden.

### Open badges

Binnen de Smart Makers Academy certificeren we met Open Badges. Dit is een innovatieve en effectieve vormen van vaardigheidscertificering, die bovendien technologisch duurzaam is en aansluit bij de ontwikkelingen rond de skillsbased arbeidsmarkt. Open Badges zijn digitaal, verifieerbaar en kunnen eenvoudig worden gedeeld op professionele netwerken, CV's of e-portfolio's. De badges van de Smart makers Academy zijn waardevol, onder meer door hun uitgebreide skills-beschrijving en de mogelijkheid de badge te laten valideren door derden.






### Technische aspecten

In technisch opzicht is een Open badge een digitale afbeelding waaraan metadata zijn gekoppeld, waaruit af te lezen is wie de badge wanneer heeft uitgegeven en waarvoor. Iedere academie kan met de Badge Design Studio zijn eigen Smart Makers Academy badges maken en, na goedkeuring door het Programmteam, uitreiken aan de deelnemers.

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

-  [Instructie badge-omschrijving](#)
-  [Voorbeeld badge-omschrijving 3D-printen](#)
-  [Handleiding Samenstellen en uitgeven van badges](#)
-  [Handleiding Badge Design Studio](#)
-  [Handleiding open badge voor deelnemers](#)



### 3. Communicatie en huisstijl

Hoe zetten we de Smart Makers Academy herkenbaar en eenduidig in de markt en bereiken we onze doelgroepen?



# 3. Communicatie en huisstijl

## 3.1 Merkwaarde SMA

Voor welke waarden staan we als Smart Makers Academy?

1

2

3

## 3.3 Huisstijl

Wat is de huisstijl van de Smart Makers Academy en hoe pas je 'm toe?

## 3.2 Communicatierichtlijnen

Hoe communiceer je als Smart Makers Academy?



# 3.1 Merkwaarden

Het concept van de Smart Makers Academy laat zich vertalen naar de volgende merkwaarden:

## **PRAKTISCH**

INPELEND OP DE BEHOEFTE | DIRECT TOEPASBAAR |  
KORTE DOORLOOPTIJDEN | IN DE BUURT | HANDS-ON

## **TOEGANKELIJK**

AANTREKKELIJK | OVERZICHTELIJK | DUIDELIJK | FUNCTIONEEL |  
PERSOONLIJK | PASSEND | BETAALBAAR

## **VERNIEUWEND**

ONDSCHIEDEND | FRIS | EIGENTIJD | VERRASSEND | ACTUEEL | SNEL

## **BETROUWBAAR**

BEREIKBAAR | DUIDELIJK | EENDUIDIG | CORRECT | SUCCESVOL |  
BEKRACHTIGD

# 3.2 Communicatierichtlijnen

Op hoofdlijnen komen de communicatierichtlijnen neer op de volgende drie aspecten:

## 1. Communiceer over inhoud én vorm

Het concept van de SMA is breder dan alleen de inhoud van een metrolijn/metrokaart. Benadruk daarom in je communicatie niet alleen de inhoud, maar ook de vorm: contextrijk, interactief, kwalitatief hoogwaardig, gericht op praktische toepassing, onderdeel van een landelijk netwerk, enz. Besef ook dat informeren vaak niet voldoende is, er ligt echt een grote uitdaging in het activeren van bedrijven en individuele medewerkers.

## 2. Sluit in je communicatie aan op de merkwaarden en huisstijl

Communiceer duidelijk en aansprekend. Korte, actieve zinnen met positieve woorden. Geen doembeelden schetsen, maar kansen en mogelijkheden. Spreek de lezer direct aan en als persoon (we tutoyeren). Gebruik

de huisstijl. Er zijn verschillende elementen die je ook naast/in aanvulling op je eigen huisstijl kunt gebruiken.

## 3. Maak gebruik van het netwerk

Als Smart Makers Academy bouwen we aan een landelijk netwerk. Maak daar vooral gebruik van in het delen van je content. En richt je daarnaast ook op de 'intermediaire' partijen in je regionale netwerk: de stakeholders van je metrolijnen, werkgeversorganisaties, netwerkorganisaties, (het accountmanagement van) de gemeente, banken, accountants...

### Tools



Klik voor de beschikbare tools:



[Handreiking communicatie](#)

# 3.3 Huisstijl

## Over de huisstijl

De huisstijl van de Smart Makers Academy bestaat in de basis uit een eigen vormtaal en een kleurenpalet.

**De vormtaal** is gebaseerd op de metrokaarten, die een centraal onderdeel vormen van het SMA-concept.

**Het kleurenpalet** komt overeen met dat van de Londense metro en is gebaseerd op onderzoek naar combinaties van kleuren die het meest met elkaar contrasteren. Dit zorgt voor overzichtelijke kaarten.

## Toepassen van de huisstijl

Het gebruik van de Smart makers Academy huisstijl is niet dwingend. Het helpt wel bij het bouwen van een sterk landelijk merk, waarvan uiteindelijk alle Academies profiteren.

## Heb je als Academie als een sterk regionaal merk?

Maak daar dan vooral gebruik van in de werving en communicatie over de Smart Makers Academy/ metrolijnen. Gebruik het merk van de de Smart Makers Academy dan vooral om waarde toe te voegen aan je eigen merk (Wij zijn onderdeel van ...) De huisstijl biedt verschillende mogelijkheden om het logo en/of andere elementen op die manier te gebruiken.

## Heeft jouw Academie nog geen eigen naam/merk?

De huisstijlrichtlijnen en de verschillende formats, tools en sjablonen maken het eenvoudig om de Smart Makers Academy-huisstijl te gebruiken.

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:



[Huisstijlgids](#)



[Templates](#)



## 4. Financiering en Ondersteuning

**Welke ondersteuning is er beschikbaar op inhoud, methodiek, uitvoering en financiering?**

# 4. Financiering en Ondersteuning

4.1 Ondersteuning bij  
toepassen van het concept

4.3 Business case

1

2

3

4.2 Financiering  
ontwikkelkosten

# 4.1 Ondersteuning bij toepassen van het concept

**Het landelijke programmateam van Smart Makers Academy biedt alle academies ondersteuning en advies bij:**

## **Het inrichten en onderhouden van een academie**

Advies en meedenken bij het inrichten van metrolijn trajecten, didactische- en business case vraagstukken, het aantrekken van subsidies, aantrekken van deelnemers en bedrijven, toepassen van het merk en meer.

## **Gebruiken van de toolbox**

Toepassen en gebruiken van alle tools die onderdeel zijn van deze toolbox.

## **De ontwikkeling van skillsprofielen, metrolijnen en metrokaarten**

Door middel van faciliteren van workshops voor het ontwikkelen van skillsprofielen, metrolijnen en metrokaarten.

## **Uitingen voor toeleiding, pr en communicatie**

In het delen van uitingen via de landelijke kanalen, het toepassen van de huisstijl elementen en het faciliteren van kennisuitwisseling.

## **Afstemming met branche organisaties en content leveranciers**

Afstemming met alle bij het Aanvalsplan Techniek aangesloten branches en gebruik en toepasbaarheid van content in metrolijnen.

## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

[Vragen?](#)  
[Mail naar:](#)



[support@smartmakersacademy.nl](mailto:support@smartmakersacademy.nl)



# 4.2 Financiering ontwikkelkosten

Het ontwikkelen van metrolijnen is een intensief proces, waarbij nauw wordt samengewerkt tussen de verschillende stakeholders. Het opzetten van een Smart Makers Academy en het ontwikkelen van aanbod brengt dan ook de nodige kosten met zich mee. Er zijn verschillende financiële instrumenten die je hiervoor als samenwerkingsverband kunt inzetten.

- **SLIM (Subsidieregeling leren en ontwikkelen in het mkb)**
- **O&O-fondsen (o.a. A+O Metalektro en OOM)**
- **LLO Katalysator**

Financiering voor aanbieders van onderwijs en skillsprogramma's

- **RIF**
- **Flexibilisering beroepsonderwijs voor volwassenen**



## Tools



Klik voor de beschikbare tools:

- ↓ [SLIM-regeling](#)
- ↓ [A+O metalektro subsidiewijzer](#)
- ↓ [OOM Regelingen](#)
- ↓ [LLO Katalysator](#)
- ↓ [RIF Regeling](#)
- ↓ [Whitepaper 'Jouw vakmensen opleiden voor de toekomst, zo financiert je dat'](#)

Meer weten over de verschillende subsidieregelingen?

- ↓ [Overzicht Katapult](#)

# 4.3 Business case

De business case van een academie is gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

## **Waarde propositie: direct merkbare toegevoegde waarde op de werkvloer**

We bieden betaalbare, korte en krachtige ontwikkeltrajecten in een combinatie van leren en innoveren die in korte tijd leiden tot merkbare innovaties op de werkvloer. Onze trajecten ondersteunen bedrijven laagdrempelig bij het zetten van (eerste) stappen in de toepassing van digitalisering en/of verduurzaming evenals waar ze dit kunnen doen.

## **Het business model is niet winstgedreven**

Onze academies bieden betaalbare metrolijn trajecten die kostendekkend zijn voor de academie. Toepasbare verdienmodellen zijn het nemen van marge, commissies op toeleiding naar vervolgaanbod, abonnementsmodellen, lidmaatschapsmodellen, betalen naar gebruik en subsidies. Verdienmodellen

worden uitsluitend toegepast ten behoeve van het duurzaam voortbestaan van de academie.

## **Inkomsten: betaalde trajecten en subsidies**

Voor de ontwikkeling en uitvoering van nieuwe metrolijnen worden waar mogelijk subsidies benut. Voor de continuïteit, (kwaliteits)borging en uitvoering worden betaalde trajecten aangeboden die per station ten minste 100 euro en ten hoogste 400 euro ex btw kosten. We adviseren bedrijven/deelnemers over regelingen en fondsen die zij kunnen benutten om de toegang tot het aanbod zo laagdrempelig mogelijk te maken.

## **Kosten: zo laag mogelijk door open en effectieve samenwerking in de community**

Door kostendekkend te zijn, samen op te trekken, metrolijnen te ontwikkelen en te delen, infrastructuur en tooling centraal te ontwikkelen blijven de kosten zo laag mogelijk.

## Tools



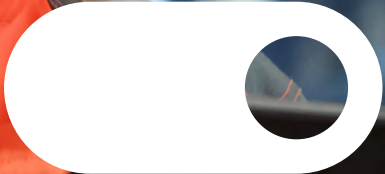
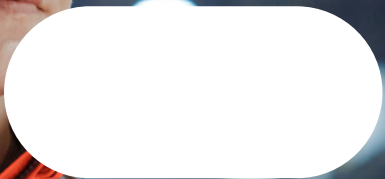
Klik voor de beschikbare tools:

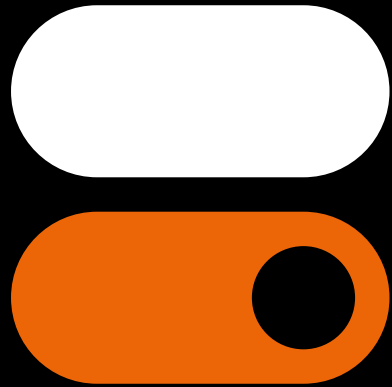


[Voorbeeld Business case](#)



[Rekentool](#)





**Smart  
Makers  
Academy.**

[www.smartmakersacademy.nl/toolbox](http://www.smartmakersacademy.nl/toolbox)