



## **Van strategie naar concrete successen!**

### **Uitleg:**

Doel van dit product is om een bedrijf te helpen om de strategie van het bedrijf om te zetten in haalbare en concrete doelstellingen, die leiden tot de bedoelde successen. Successen op de korte termijn en de langere termijn. Het product is flexibel en toepasbaar voor elk type organisatie (in grootte maar ook onafhankelijk van de branche) die na wil denken over de te volgen strategie van het bedrijf en daaruit voortkomende acties.

Afhankelijk van de grootte van het bedrijf en de ambities van het management is het product uit te breiden en te verdiepen, uiteindelijk bepaalt elke organisatie voor zichzelf in hoeverre het helpt en motiveert tot het behalen van de gestelde doelen en verbeteringen.

Het product is maatwerk. Elk bedrijf is anders, heeft zijn eigen uitdagingen en behoeften, afhankelijk van het management, product ,markt en de ontwikkelingsfase waarin de organisatie is aangekomen.

### **Basis:**

Het product is gebaseerd op het principe van visie, missie en doelstellingen, waarbij de strategie en ambities van het bedrijf op lange, middellange en korte termijn worden vastgesteld. De stap die daarna gemaakt wordt is het concreet en meetbaar (SMART) maken van de doelstellingen en deze periodiek te bewaken in een overzichtelijke management rapportage. Als vervolg op deze stappen kan het daarna, indien van toepassing, ook tot op vestigings-, afdelings- en persoonlijk nivo worden uitgebreid.

### **Toegevoegde waarde Landman Advies:**

In de afgelopen jaren heb ik deze werkwijze als adviseur binnen diverse bedrijven binnen de bouwbranche, maar ook daarbuiten, geïmplementeerd en verder verfijnd. Bij al deze bedrijven heeft het tot aantoonbare resultaten geleid met betrekking tot het behalen van de gestelde doelstellingen, en de verdere ontwikkeling van de organisatie. Het blijkt dat het helpt dat er een buitenstaander mee praat over de te volgen strategie en kritische vragen stelt buiten de platgetreden paden van het bedrijf. Naast de sterke punten en stokpaardjes van het management wordt er ook aandacht gevraagd voor onderwerpen waar misschien (nog) niet de kracht van het bedrijf ligt. Ik ben in staat voor elk bedrijf het maatwerk te leveren waar behoefte aan is.



## De diverse stappen van het product

1<sup>e</sup> fase: het hebben en uitwerken van een strategie voor het bedrijf.

Wat doe ik, waarom doe ik het, hoe doe ik het en wat wil ik ermee bereiken. Kijken naar de externe en interne sterke punten en bedreigingen van het bedrijf (SWOT)

2<sup>e</sup> fase: aan de hand van de strategie de belangrijkste middellange en korte termijn doelstellingen formuleren. Een mix van op korte termijn te behalen successen (de quick wins) en doelen die meer (tijds)investering vergen. Dit aan de hand van een 4-tal aandachtsgebieden: financieel, markt, product, personeel/ organisatie.

3<sup>e</sup> fase: de korte termijn doelstellingen uitwerken in een jaarplan.

Ca 4 doelstellingen per aandachtsgebied uitwerken en SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdgebonden) maken.

4<sup>e</sup> fase: de voortgang van je doelstellingen periodiek bewaken.

In een maandelijkse rapportage worden de doelstellingen gerapporteerd en het succes t.o.v. het gewenste resultaat benoemd. Aan de hand van deze (objectieve) rapportage is goed te bepalen waar de specifieke aandachtsgebieden liggen, en kan tijdig gestuurd worden.

5<sup>e</sup> fase: naast het maken van bedrijfsdoelstellingen worden er ook vestigings- of afdelingsdoelstellingen gemaakt.

Bovenstaand proces kan ook gedaan worden voor de onderliggende vestigingen, afdelingen of productgroepen, waarbij de doelstellingen meer specifiek gericht zijn op de betreffende vestiging/ afdeling of productgroep.

Ook hier worden de 4 aandachtsgebieden als uitgangspunt genomen. Uiteindelijk komen deze overal voor en weerhoudt het mensen ervan de geijkte paden te betreden (bv: financiële afdeling alleen financiële doelstellingen etc)

6<sup>e</sup> fase: het maken van persoonlijke doelstellingen gerelateerd aan de afdeling waar iemand functioneert.

Met deze doelstellingen wordt zowel de persoonlijke ontwikkeling als de ontwikkeling van de betreffende afdeling gestimuleerd.



Als een management deze 6 fasen in het bedrijf geïmplementeerd heeft is de totale organisatie bezig met het behalen van de gezamenlijke bedrijfsdoelstellingen. Door een uniforme en objectieve rapportage is per maand duidelijk meetbaar hoe de status is t.o.v. de doelen op alle niveo's. Het (gestructureerde) succes van de medewerkers heeft als gevolg een succesvol bedrijf.

Het is in de praktijk niet haalbaar om in een keer alle zes de fasen tegelijk in een bedrijf te implementeren. Dit zal vaak in 3 fasen gebeuren (bedrijf, afdeling, persoon).

Het model wordt aan de wensen van de klant (meer aandachtsgebieden, afhankelijk gedragenheid organisatie, afhankelijk kwaliteit organisatie) aangepast. Het is een maatwerk! De basis blijft het vaststellen van doelstellingen naar aanleiding van de gekozen strategie, deze SMART maken en periodiek bewaken/ rapporteren.

Het doel blijft: **van strategie naar concrete successen**