

Strategisch plan in 7 stappen

-- RRAUW--

PRAKTISCHE TIPS VAN RRAUW

Over het schrijven van een strategie bestaan nogal wat verschillende opvattingen, maar in mijn beleving doen we daar vaak veel te moeilijk over. Een strategie is “een plan om te bereiken wat je wil”. Niet meer en niet minder. Als je de volgende 7 stappen volgt heb je een hele goede basis voor een strategie die jouw bedrijf naar de doelen die horen bij jouw ambitie!



METHODE RRAUW

De methode Rrauw is een hands-on coachings methodiek die ondernemers helpt om hun bedrijf op te schalen en los te laten. De methode Rrauw zorgt voor een gezamenlijk gevoel van verantwoordelijkheid, commerciële richting en een organisatie die niet meer volledig om de ondernemer zelf draait.

Rrauw zorgt voor zelfstandige en duurzame groei. Van binnen uit.

1. Werk van achter naar voren

Een lange termijn doel helpt je om richting te geven en te houden. Daag jezelf uit een voorstelling te maken hoe de wereld er over 15-20 jaar uit ziet. Wat heeft jouw bedrijf in deze wereld te bieden, waarin is het uniek en wat heeft het bedrijf daarmee bereikt? Vertaal dit naar een duidelijk en controleerbaar doel van maximaal 2 zinnen. Dit daagt je uit groot te denken, want in 15-20 jaar kun je veel bereiken en je wordt in je gedacht niet beperkt tot de problemen van vandaag. Je grote dappere doel is de stip aan de horizon; iedereen weet waar je naartoe gaat.

2. Jouw missie is meeslepend

Een goede missie omschrijft in één zin waarom jouw bedrijf op aarde is en bestaansrecht heeft. Het omschrijft wat jouw bedrijf toevoegt aan de wereld en inspireert anderen om zich erbij aan te sluiten.

3. Richt je op het verschil

Wat maakt jou anders dan andere bedrijven? Alles is na te maken, dus unieke producten en diensten zijn er niet veel. En anders niet voor lang. Verschil maak je in de persoonlijkheid van je bedrijf. En de persoonlijkheid van een bedrijf bestaat uit de combinatie van competenties (waar is het bedrijf goed in) en normen en waarden (hoe maakt een bedrijf keuzes). Op deze manier leg je vast waarom en hoe jouw bedrijf de dingen doet die het doet. En met deze kaders kun je ook mensen beoordelen (hebben ze de juiste vaardigheden en maken ze de keuzes zoals wij dat hier doen?).

4. Altijd terug naar de kern

Omdat de markt in verandering is, volgend we trends. Het gevaar is dat je activiteiten ontwikkeld die niet meer passen bij je kern. Wat zijn de kernactiviteiten van jouw bedrijf? Omschrijf minimaal 2 en maximaal 5 kernactiviteiten. Dat zijn activiteiten die de komende 20 jaar dus niet veranderen (als je verwacht dat ze wel veranderen zijn het afgeleide vormen van jouw kernactiviteit).

5. Altijd 3 jaar vooruit

Sturen doe je vooraf, niet achteraf. Je bent dus nu bezig om jouw positie over 3 jaar vast te stellen. Maak op basis van jouw lange termijn doelstelling een doelstelling voor over 3 jaar. Wat moet je allemaal realiseren om daar te komen? Welke investeringen moet je gaan doen en welke prioriteiten moet je stellen? Maak het concreet en meetbaar. Dit zijn de mijlpalen waar je naartoe werkt! Alles wat je doet moet bijdragen aan deze mijlpalen. In welke nieuwe markten ga je op onderzoek uit? Hoe schuiven de behoeftes en wat heb jij daarin te bieden? Wat kun jouw klanten beloven

6. Wat ga je dit jaar niet doen?

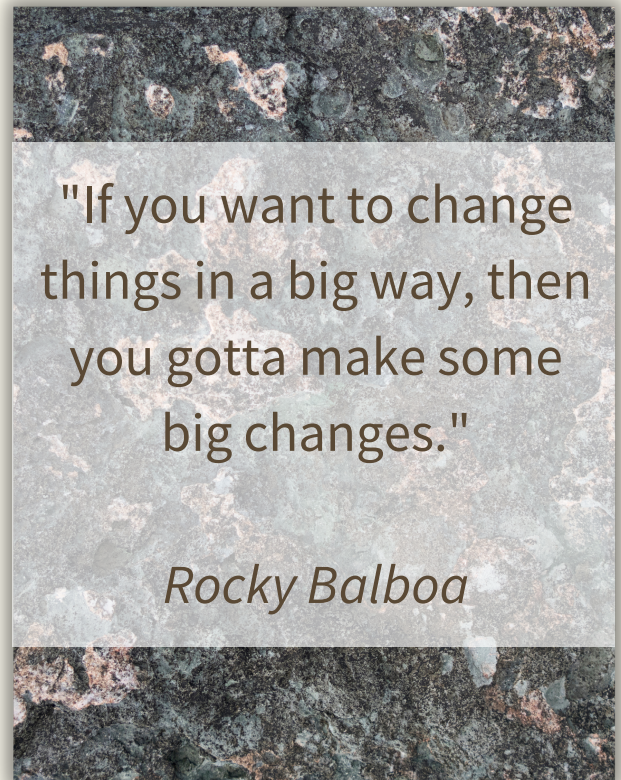
Ondernemen is keuzes maken. Kansen liggen overal en als je ze allemaal najaagt, kom je bedrogen uit (vaak de oorzaak van “kapot groeien”). Maak duidelijke prioriteiten voor het komend jaar en zorg dat je het daar ook eenduidig over eens bent. Deze doelen ga je namelijk, ten koste van alle andere doelen, halen! Dus als iemand werkt aan doelen (hoe succesvol ook), die niet bijdragen aan de gestelde doelen, worden deze activiteiten gestaakt! Ook als jij als ondernemer zelf degene bent die iets anders najaagt dan afgesproken!

7. 90 dagen blind

Maak een plan voor de komende 90 dagen. Wie doet wat? Wie zijn onderdeel van dit plan, wie heeft welke verantwoordelijkheden en zijn ook de bevoegdheden geregeld? Wat zijn de doelstellingen die gehaald zijn over 90 dagen en spreek af dat alle andere doelstellingen hiervoor mogen wijken als dat nodig is. Dreigt iemand een doelstelling niet te halen? Stel dan niet de doelstelling bij, maar de organisatie die de doelstelling moet halen. Twijfel je over de doelen die je gesteld hebt? Jammer dan, blijf bij je plan! Pas na 90 dagen evalueer je de doelstellingen en de weg die gelopen bent om die te halen. Pas op dat moment mag je nieuwe doelstellingen maken, voor de volgende 90 dagen welteverstaan!

GRATIS TEMPLATE

Maak een overzicht van alles wat je hebt opgeschreven van maximaal 2 A4-tjes en deel dit met iedereen die onderdeel is van het plan. Zo kan iedereen een link leggen tussen het werk dat ze dagelijks doen en de rol daarvan naar de toekomst toe. Vind je het lastig om goed overzicht op papier te krijgen? Mail even naar info@rrauw.nl en vraag om een format voor het strategisch plan. Dan krijg je een heel handig document wat je in kunt vullen. En misschien krijg je er ook nog wel een paar extra tips bij....



SCHUIVEN

Een goede strategie is als buikschuiven. Kijken waar je heen moet, neem de tijd voor een goede aanloop, zorg dat je in de juiste positie ligt en zorg dat je niet gaat spartelen, want dat vertraagt!

Wij wensen je veel succes en goede zaken!