

Organisaties met een duidelijke en goede strategie maken met een factor 6 meer winst.

## Masterworkshop Strategieformulering



Technologische en maatschappelijke ontwikkelingen lijken in een stroomversnelling geraakt. Voor organisaties heeft dit verregaande gevolgen. Zij moeten zich sterk en vooral goed positioneren en een ijzersterke strategie hebben. Uiteindelijk zullen alleen de allerbeste overleven.



Beoordeeld met een 9+  
al jaren onderscheidend

## Context

De ontwikkelingen in de omgeving van organisaties volgen elkaar in steeds sneller tempo op. Nieuwe technologieën, mondialisering, liberaliserende markten, sociale netwerken en steeds sneller veranderend klantgedrag zorgen ervoor dat organisaties permanent moeten veranderen. Daarbij moeten bedrijven zich steeds aanpassen.

De positionering en strategie moet goed en duidelijk zijn. Zo duidelijk dat besluiten decentraal genomen kunnen worden en het bedrijf daardoor zo flexibel mogelijk wordt.

## De essentie

De workshop helpt deelnemers om hun bedrijven goed te positioneren en een duidelijke en werkbare strategie te definiëren. Een strategie die ook uitgevoerd zal gaan worden. De workshop heeft twee peilers. Enerzijds de onderbouwing en anderzijds het zelf definiëren van de eigen strategie.

## Onderwerpen

- Onder andere de volgende onderwerpen komen aan de orde:
- Waarom een goede strategie zo belangrijk is. Zeker nu.
- Hoe disruptief te zijn
- Wat is een strategie en wat is het niet?
- Waarop te letten bij het definiëren van een strategie
- Wat is positionering en wat is een goede positionering?
- Waarom alleen de allerbeste zullen overleven
- Het stramien van een goede werkbare strategie
- De onderdelen van een complete strategie met ondermeer:
  - klanten
  - propositie
  - management(team) en medewerkers
  - samenwerkingsverbanden
  - processen
  - tooling
  - rapportage's
- Het vaststellen van de identiteit met onder andere:
  - missie
  - visie
  - kernwaarden
- Het redeneren van buiten naar binnen,
- Het Business Model Canvas en Value Proposition Canvas
- Het concreet maken en valideren van de eigen strategie
- Het maken van een relevante SWOT-analyse

- Wat kan het nut zijn van een goede strategiekaart, met
  - klantperspectief
  - financieel perspectief
  - intern perspectief
  - groei perspectief
- Het (eventueel) maken van de strategiekaart
- Het vertalen van de strategie naar de eigen organisatie
- Het vertalen in doelstellingen (waaronder het zg OGSM)
- Het nut van de Balanced Score Card
- Het maken van een implementatieplan

## Onze werkwijze:

**1. INTAKE:** Voorafgaand aan de training vindt een intake plaats. Fysiek of via internet. Daarbij wordt vooral stil gestaan bij de te verwachte resultaten.

**2. PLENAIRE SESSIES:** Tijdens de plenaire sessies worden inspirerende inleidingen afgewisseld met het presenteren van de eigen (tussen) resultaten. Deze kunnen dan op een constructieve manier van commentaar worden voorzien.

**3. HET HANDS-ON PROGRAMMA:** Bij de uitwerking kunnen de workshopleiders helpen met het (op locatie) verder analyseren en opstellen van de strategie (inbegrepen).

**4. BOEKEN:** Het merendeel van de stof is vastgelegd in boeken. Deelnemers krijgen de relevante boeken. Dit ter inspiratie en als naslagwerk.

**5. RGO:** Onder voorwaarden kunnen deelnemers in aanmerking komen voor een RGO-certificering. RGO-gecertificeerden kunnen deelnemen aan intervisie trajecten georganiseerd door RGO. Dit is een platform van, door en voor managers die zichzelf willen blijven ontwikkelen op het gebied van resultaatgericht werken, managen en organiseren en veranderen. Het is bovenal ook een platform om contacten op te doen.

## Basis

De workshop is onder andere gebaseerd op:

- Lencioni: The advantage
- Verne Harnish: Scaling up
- Verne Harnish: Mastering the Rockefeller Habits
- De uitwerkingen van RGO (Resultaatgericht Organiseren)

## Het resultaat

Deelnemers hebben na afloop de strategie voor hun bedrijf gedefinieerd en weten deze in de toekomst ook te onderhouden.

Samen gaan voor groei!

