



WHITE PAPER

Processen onder
controle (deel 1)

INHOUD

WAAR BEGINT U?	3
De visie, de missie, De waarden	3
Visie (Ooit)	3
Missie (Elke dag)	3
Waarden (Welke manier)	3
Omzetten in actie	4



WAAR BEGINT U?

DE VISIE, DE MISSIE, DE WAARDEN

Er is een reden waarom uw organisatie de dingen doet die ze doen of de producten maakt die ze maakt. De bestaansreden van een organisatie vertrekt vanuit een visie, het wordt concreet gemaakt met de missie. De waarden dienen als referentiekader voor de cultuur in uw organisatie.

VISIE (OOIT)

Hoe ziet de wereld er in de toekomst uit en welke rol zal de organisatie daarin in spelen? Een duidelijke visie kijkt (ver) vooruit en heeft de bedoeling om in grote lijnen aan te geven waar de organisatie op termijn wil staan. Waar vaart het spreekwoordelijke schip naartoe? Je kan niet zowel naar links als naar rechts...

Een visie formuleren is daarom ook een indirecte confrontatie met iets waar heel wat organisaties moeite mee hebben: keuzes maken.

EIGENSCHAP	GOED VOORBEELD	WERK AAN DE WINKEL
Een visie kijkt naar de toekomst	Een eerlijke wereld zonder armoede (OXFAM)	Meer klanten werven in 2020
Een visie inspireert	Geluk brengen aan klanten, medewerkers en leveranciers (ZAPPOS)	Minder klachten in het call-center

MISSIE (ELKE DAG)

Waarom sta je elke dag op? Dat is de vraag die je beantwoordt als je een missie formuleert. Waar zal de organisatie dag na dag concreet aan werken. Het is bij het uitvoeren van de missie dat er echte keuzes zullen worden gemaakt.

Als je werken aan duurzaamheid in je missie opneemt zal je wellicht geen wagenpark (oude) dieselwagens in stand houden.

WAARDEN (WELKE MANIER)

De cultuur van een organisatie wordt mee bepaald door de waarden die als belangrijk worden benoemd. Zo kan de ene organisatie vooral "harde" waarden zoals "resultaatgericht" en "verantwoordelijkheid" accentueren, terwijl een andere organisatie vooral kiest voor "zachte" waarden als "jezelf kunnen zijn" en "werkvreugde". Tegenwoordig proberen de meeste organisaties echter een goeie balans te vinden door een mix van zachte en harde waarden te formuleren.

Vergis u niet. De strategische oefening waarmee de visie, missie en de waarden "ontdekt" of "blootgelegd" worden is slechts het begin. Het is echter wel een noodzakelijke voorwaarde om verder te kunnen gaan, want u zal er nog vaak naar teruggrijpen.



OMZETTEN IN ACTIE

Als een strategische oefening als enige resultaat een slogan aan de muur heeft en met andere woorden het enkel bij woorden blijft, zal ze geen - of enkel een kortstondige - impact hebben.

Hoewel het uitkristalliseren van visie, missie en waarden noodzakelijk is, begint het echte werk pas nu. Omzetten in actieplannen die tot tastbare en meetbare resultaten zullen leiden.

Ontdek meer over hoe u processen optimaliseren in de praktijk kan brengen in deel 2 van onze white paper. Vraag hem aan via info@thinkbusiness.be