

# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## IJsselvliet Strategie & Realisatie

Burgemeester van Roijensingel 13

038 – 444 96 71

[www.ijsselvliet.nl](http://www.ijsselvliet.nl)

Dit document mag zonder onze uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming niet aan derden worden verstrekt.

IJsselvliet | 2021



**IJsselvliet**  
STRATEGIE & REALISATIE

# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Heldere logische strategie

Met een goed opgestelde en uitgevoerde strategie word je als organisatie succesvoller. Het klinkt zo simpel. Maar wat is strategie eigenlijk? Vraag het aan verschillende mensen en je zult naar alle waarschijnlijkheid verschillende antwoorden gaan krijgen. Vraag het aan ons, dan krijg je een helder verhaal. We nemen je graag mee langs de manier waarop wij naar strategie kijken én hoe dit in de praktijk vorm krijgt.

Laten we beginnen bij onze definitie van strategie. Wat ons betreft is dat heel helder; het is een actieplan voor de middellange<sup>1</sup> termijn en geeft antwoord op de vraag: hoe gaan wij de doelstellingen realiseren? Niet meer, niet minder. Tegelijkertijd betekent dit nogal wat. Om te beginnen moeten de doelstellingen heel duidelijk en 'smart' zijn. Hoe kom je daar, waar baseer je die op? En strategie is de ook kunst van het kiezen, het aanbrengen van focus. Je kunt simpelweg niet alles doen en alles goed doen. De middelen en de uren van de mensen zijn niet oneindig. Dat maakt strategie soms moeilijk, want voor de meeste organisaties betekent dit vaker nee zeggen dan ja.

Wij hebben een aanpak om dit proces van afwegen, kiezen en logisch redeneren te faciliteren. Wij gaan uit van de aanwezige denkkraft, ervaring en energie die in een organisatie aanwezig is en brengen dit bij elkaar. Met als uitkomst een heldere en logische strategie, die aanzet tot actie.

---

<sup>1</sup> Wij stellen dit meestal op 36 maanden. Aan de ene kant vereist dat echt vooruitkijken. Aan de andere kant blijft het dichtbij en concreet genoeg. Die 36 maanden zijn zo om namelijk.



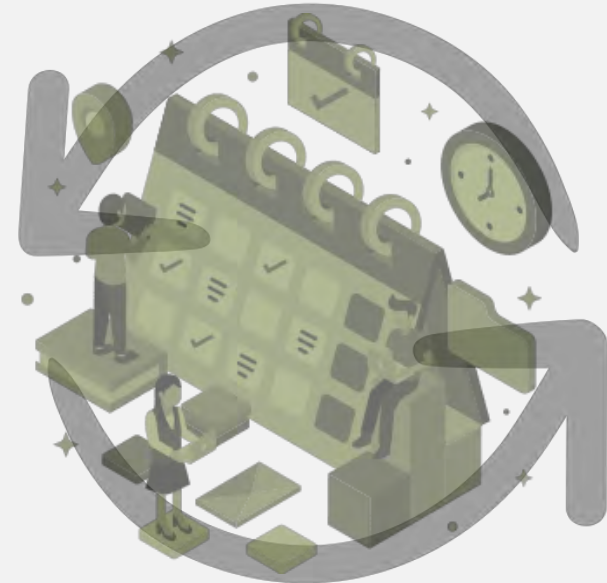
“**Strategie:** actieplan op de middellange termijn om de doelstellingen te realiseren”

# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Hoe wij dat doen

Een strategie opstellen duurt geen maanden. Ook geen weken. Wat ons betreft is het een kwestie van dagen. Dat vraagt wel echte toewijding van het team dat aan de strategie gaat werken, zowel in tijd als aandacht. Daarom is een belangrijke factor in onze aanpak dat dit gebeurt in de vorm van een 'snelkookpan'; het team zondert zich enkele dagen af van de dagelijkse praktijk van de organisatie en gaat zich volledig richten op het opstellen van de strategie. Hierdoor wordt er energie opgebouwd én vastgehouden, doordat je niet onderbroken wordt door de zo bekende en gevreesde 'waan van de dag'. Mooie 'bijvangst' van deze keuze is dat het leidt tot verbinding in het leiderschapsteam. In de praktijk is voor zo'n traject drie (aaneengesloten) dagen nodig, in sommige gevallen iets meer.



## Wat we doen

Tijdens deze dagen gaan we plannen maken. Om dat effectief en efficiënt te kunnen doen zijn er heldere doelstellingen nodig. Die ontleen we aan een missie en visie die met elkaar wordt opgesteld. Daar starten we dan ook mee. Optioneel, maar wel zeer waardevol, is een gesprek met de medewerkers. Door dit vroeg in het proces te doen krijg je veel input voor de verdere planvorming. De kans wordt hiermee vergroot dat zij zich uiteindelijk ook zullen herkennen in de strategie.



# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Écht kiezen

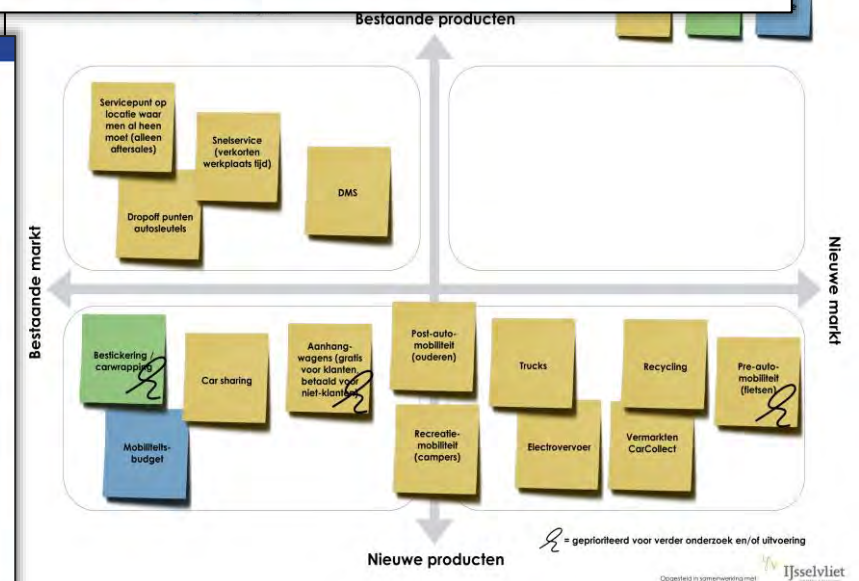
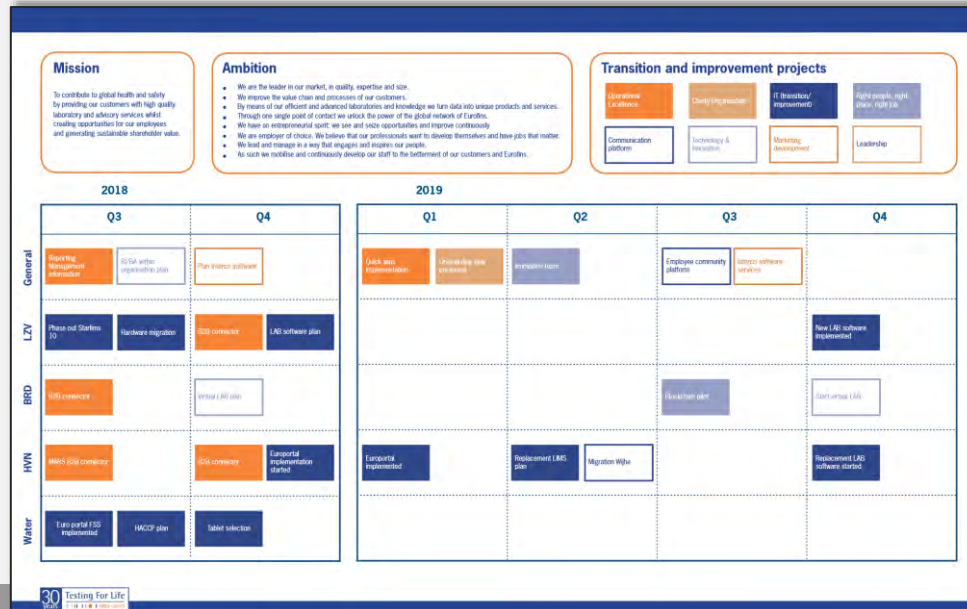
De overige dagen staan vooral in het teken van keuzes maken. Enkele vragen waar het dan bijvoorbeeld om gaat:

- Welke producten/diensten bieden we aan voor welke klanten?
- Op welke wijze creëren we waarde voor de klant en wat betekent dit voor de manier waarop we het werk organiseren?
- Hoe zorgen we voor mensen die passen en presteren?
- Welke projecten moeten we opstarten, om de doelstellingen te kunnen bereiken?
- Moeten we innoveren en welke investeringen vraagt dit?
- Passen deze projecten bij de beschikbare tijd en capaciteit?

Dit levert een uitvoeringsagenda op: concrete plannen, uitgezet in de tijd en getoetst op haalbaarheid.

## VAN STRATEGIE NAAR REALISATIE

| Missie                                                                                                                                 |         | Visie                     |                                |                      |                       | Onze rol             |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------|--------------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| We dragen bij aan de transitie van mens, voor een leefbaar én gezond en duurzame wereld, zo vast mogelijk, gericht met goed rendement. |         | Van kwaliteit naar waarde | Van commoditeit naar draagvlak | Van afzet naar winst | Van vooraf naar samen | Kansen               | Zekerheden    |
|                                                                                                                                        |         |                           |                                |                      |                       | Gedragswijze         | Verwachtingen |
|                                                                                                                                        |         |                           |                                |                      |                       | Advies               | Influencer    |
| Thema                                                                                                                                  | Waarom? | Doelprojecten 2020        |                                |                      |                       | Doelprojecten > 2020 |               |
|                                                                                                                                        |         | Q4 2019                   | Q1 2020                        | Q2 2020              | Q3 2020               | Q4 2020              |               |
| Mensen                                                                                                                                 | Waarom? | Deelname aan de transitie | Deelname aan de transitie      |                      |                       |                      |               |
| Mensen                                                                                                                                 | Waarom? | Deelname aan de transitie | Deelname aan de transitie      |                      |                       |                      |               |
| Processen                                                                                                                              | Waarom? | Deelname aan de transitie | Deelname aan de transitie      |                      |                       |                      |               |
| Financiën                                                                                                                              | Waarom? | Deelname aan de transitie | Deelname aan de transitie      |                      |                       |                      |               |





# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen



## Visualisatie

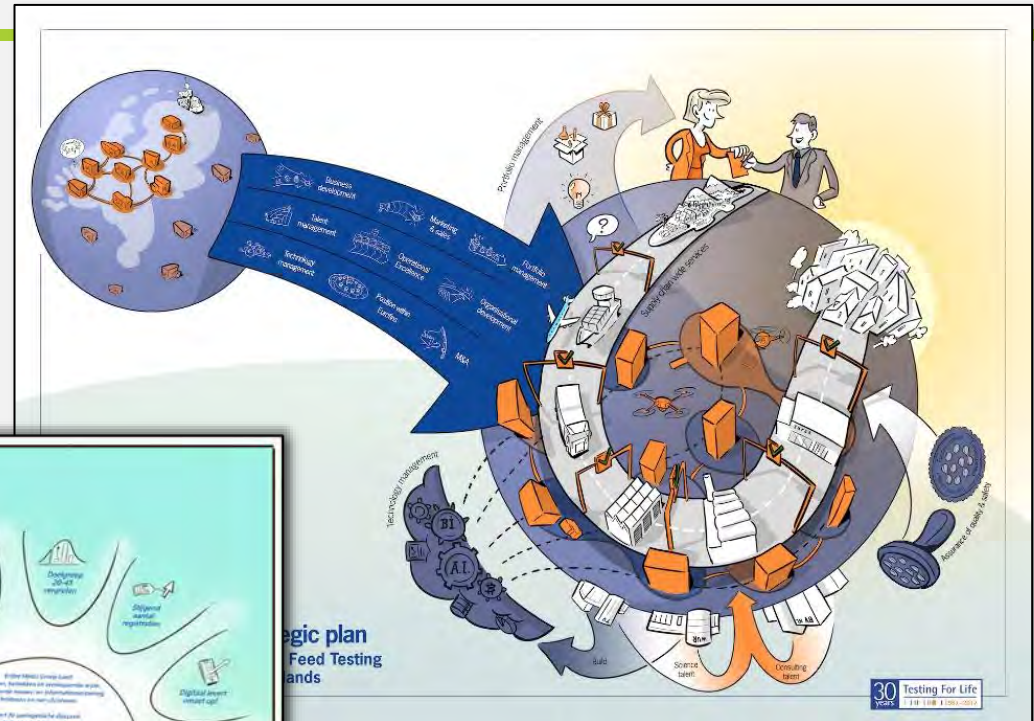
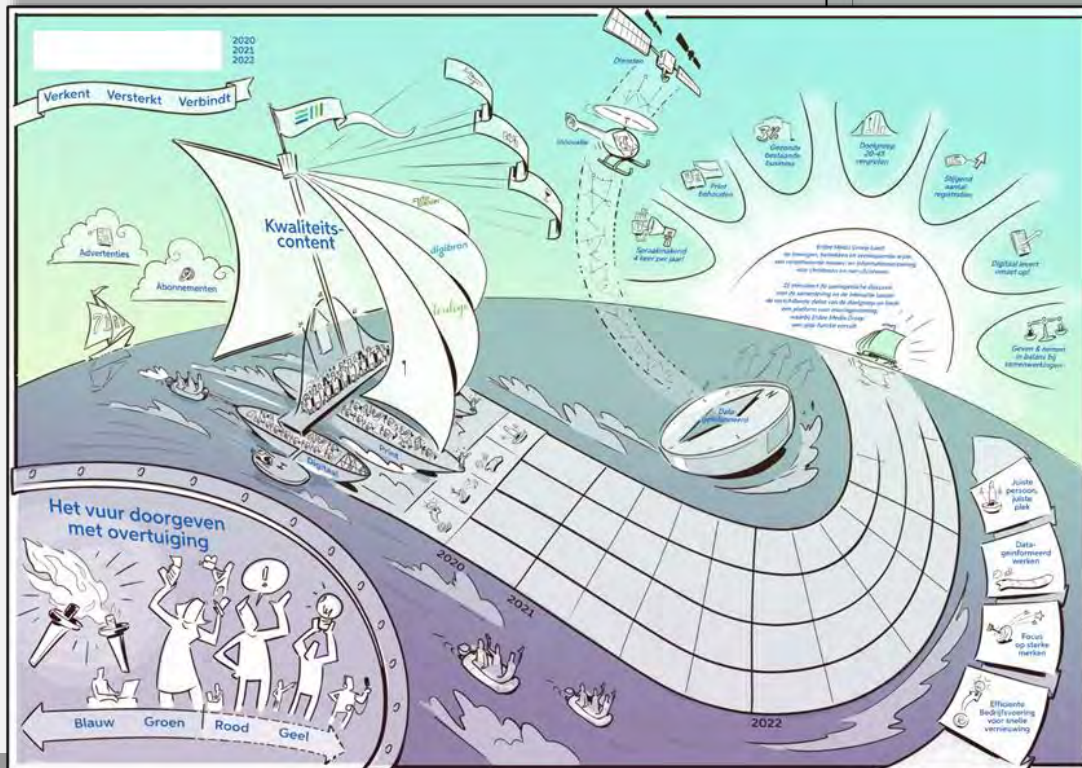
Het proces wordt versterkt door de inzet van visualisatie. Wij werken hiervoor samen met Flatland. De tekenaars zijn in staat om alles wat er besproken wordt ter plekke om te zetten in tekeningen. Dit is zeer waardevol in het proces van kiezen, argumenteren en samenvatten.



## Over focus, écht kiezen en actieplannen



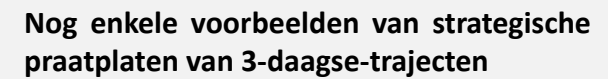
visual  
thinking  
agency



Een strategie bedenken is één, het ook kunnen overbrengen en vertellen is twee. Ook hierbij is visualisatie zeer krachtig. Onderdeel van de 3daagse is dat er eindproduct wordt opgeleverd in vorm van een praatplaat, waarlangs de nieuwe strategie goed uitgedragen kan worden. Dit is bruikbaar voor zowel interne als externe communicatie



## Over focus, écht kiezen en actieplannen



# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Enkele reacties van klanten die dit traject met IJsselvliet hebben doorlopen

“Deze manier van werken levert ontzettend veel energie op én helpt ons enorm om direct in actie te komen. We staan er met elkaar versteld van hoeveel we kunnen bereiken in relatief korte tijd.”

“De visualisatie maakt het heel sterk. Hierdoor heb je steeds houvast om het verhaal te vertellen. Het is heel beeldend en mensen zijn direct geboeid.”

“Wij hebben ervoor gekozen om de medewerkers ook te betrekken bij dit traject. Het is hierdoor echt gaan leven, mede doordat het gelijk leidt tot een concreet verhaal. Het duurt geen maanden, het verhaal staat direct volledig na afronding van het traject.”

“Strategietrajecten kunnen nog wel eens stroperig zijn, met uitkomsten die niet altijd voor iedereen even concreet zijn. Bij de manier waarop IJsselvliet dit doet is hier totaal geen sprake van.”





# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Een indruk van verschillende 3-daagse-trajecten in actie



# Opstellen van een strategie

Over focus, écht kiezen en actieplannen

## Enkele van onze opdrachtgevers



## Meer weten? Neem contact op met één van onze adviseurs



Eric Moen

06 – 43 37 88 16

[ericmoen@ijsselvliet.nl](mailto:ericmoen@ijsselvliet.nl)



Jan Waardenburg

06 – 51 04 20 51

[janwaardenburg@ijsselvliet.nl](mailto:janwaardenburg@ijsselvliet.nl)