

Waar een plan is, is een weg

JAAARPLAN .NU



Een jaarplan helpt

Met een plan weet je wat je doet. En waar dat toe kan leiden.

Vooruitstrevende organisaties maken elk jaar een plan om koers te bepalen of te houden. In tegenstelling, kampen veel andere organisaties met een gebrek aan richting en focus, waardoor ze vaak reactief handelen in plaats van proactief te sturen.

Leiders in organisaties zonder plan, constateren bijvoorbeeld het volgende:

Ik heb een duidelijk beeld van waar we aan het eind van het jaar moeten staan, maar wat we moeten doen om daar te komen is te onduidelijk. Eigenlijk durf ik niet te zeggen of het gaat lukken...

Er mist richting en samenhang in de organisatie. De verschillende teams lijken soms allemaal een andere kant op te lopen.

Het gaat al jaren prima. Maar ergens heb ik het gevoel dat we ingehaald worden. Ik heb niet het gevoel dat ik echt grip heb op de organisatie en wat er om ons heen gebeurt.

Als je mij vraagt hoe het komende jaar eruit moet zien, kan ik je dat zo vertellen. Maar ik merk dat de rest het niet scherp heeft.

We kunnen zoveel bereiken met elkaar, maar het lijkt soms of de rest het niet ziet. Het enthousiasme wordt niet gedeeld. Niet iedereen ziet wat er mogelijk is.

Als alles loopt zoals gepland gaat het allemaal wel lukken. Maar als we voor verrassingen komen te staan dan hebben we eerlijk gezegd geen idee 'hoe en wat'.

We zijn hier soms te vaag. Er wordt niet concreet gemaakt wie wat wanneer doet en welke prioritering we hanteren als we tijd tekort komen.

Ik merk dat investeerders niet het volle vertrouwen hebben in dat wij weten waar we mee bezig zijn. We blijven moeilijke vragen krijgen.

Wij helpen organisaties aan een gedegen plan

Wij streven naar actieve organisaties die weten wat ze moeten en willen doen om te bereiken waarvoor ze bestaan. Onze overtuiging is dat een goed plan daarvoor nodig is. Een plan met concrete acties. Of het nu is voor voorspelbaarheid van bedrijfsresultaten, een efficiëntere bedrijfsvoering, adequate en tijdige anticipatie op marktontwikkelingen, het meenemen van stakeholders of planmatiger leiden.

Wij helpen bij het opstellen van een professioneel plan. Met een positief-kritische houding. Voor diegene die daarvoor (extra) expertise kan gebruiken of simpelweg tijd of capaciteit te kort komt.



Een plan in dienst van actie; als middel niet een doel op zich



Fact-based waar nodig, op intuïtie waar mogelijk



Concreet en simpel; van balie tot bestuurskamer direct duidelijk



Gericht en 'slank'; het gaat enkel waar het over moet gaan



Ambitieuus maar realistisch; elke stap in het plan is haalbaar



Professioneel en representatief

Wij werken pragmatisch vanuit inzicht

Een plan is zo goed als hetgeen waarop het gebaseerd is. Onze overtuiging is dat voor een goed plan realisme nodig is en dus feiten en inzichten. Wij baseren ons dan ook zoveel als nodig en wenselijk op feiten. Maar altijd met aandacht voor de intuïties en visies die al binnen de organisatie bestaan. Zeker omdat tijd schaars en informatie beperkt is.

We beginnen altijd vanuit 'het goede gesprek' met het leiderschap; waarin we ons positief-kritisch opstellen. Daarna inventariseren en benutten we de informatie die beschikbaar is; waar nodig en gewenst verdiepen / onderzoeken we. Onze aanpak wordt gekenmerkt door het gericht ophalen van informatie middels onze 'Business Maturity Scan'.



Take-off – een scherp gesprek over behoeften en uitdagingen

- We spreken elkaar over jullie situatie, doel en uitdagingen
- Daarbij stemmen we projectverloop af. Wie doet wat wanneer?
- Resultaat: een 'plan van aanpak' en eerste kernpunten voor het plan



Onderzoek – inzichten vergaren om keuzes te maken (optioneel)

- Waar nodig, gewenst en mogelijk doen we onderzoek (bijv. marktonderzoek)
- De methode is altijd maatwerk (bijv. interviews, data-analyse, etc.)
- Resultaat: een scherpe onderzoeksrapportage, incl. management samenvatting



Scan – een subjectieve evaluatie voor zicht op verbeterpotentieel

- Wij helpen concreet te maken waar het beter kan
- Bijvoorbeeld directie en/of MT vullen de scan in. Wij helpen waar nodig.
- Resultaat: een duiding van verbeterpotentieel per afdeling / bedrijfsfunctie



Concept – een eerste opzet van het (jaar)plan om te kunnen evalueren

- O.b.v. gesprekken, inzichten en onze expertise, schrijven wij een concept
- Het concept (jaar)plan evalueren we daarna uitvoerig op inhoud en vorm
- Resultaat: een duidelijke lijst met aanpassingen waarover we het eens zijn



Plan – een professioneel en nuttig (jaar)plan in stijl

- Na het doorvoeren van eventuele aanpassingen, is het (jaar)plan definitief
- Desgewenst plannen we een evaluatie van het plan om eventueel bij te stellen
- Resultaat: met alle stakeholders aan boord planmatig naar succes!

Wij onderzoeken waar nodig, mogelijk en wenselijk

Sommige keuzes maak je liever niet op gevoel of intuïtie. Dan zoek je zoveel mogelijk zekerheid door informatie en inzichten te benutten. Om met vertrouwen te kunnen leunen op de keuzes die het (jaar)plan worden opgenomen.

De inzichten die nodig zijn om dat vertrouwen te verkrijgen, zijn niet altijd voor handen. Daar waar nodig en gewenst, verzorgen wij die inzichten door onderzoek uit te voeren. De manier waarop we onderzoek doen is afhankelijk van o.a. de onderzoeksvraag en de beschikbare tijd en middelen. Daardoor is het onderzoek dat we uitvoeren altijd maatwerk. Methodes kunnen bijvoorbeeld meer cijfermatig van aard zijn – zoals een grootschalig online keuze-experiment –, of meer kwalitatief van aard – zoals gestructureerde diepte-interviews.

Hieronder ter illustratie een aantal voorbeelden van onderzoeksvragen:

Wat zijn de belangrijkste behoeften van klanten en in hoeverre spelen we daarop in? Welke kansen zijn er om meer waarde toe te voegen en meer te kunnen factureren?

Wat zijn de grootste oorzaken van de hoge werklast? En hoe kunnen we die verminderen door bijvoorbeeld te standaardiseren en automatiseren?

Hoe ziet ons concurrentieveld eruit? Welke spelers zijn er in onze branche en hoe kunnen we ons differentiëren?

In hoeverre is onze arbeidsmarktpositie in lijn met de behoeften van onze doelgroepen? En met die van onze medewerkers?

Als we vaste partnerships aangaan, welke partners kunnen we dan het best kiezen?

Hoe is onze organisatie nu gestructureerd en hoe verschilt dat van onze ideale 'blueprint'?

Zeilen doe je op de wind

Mike Tyson zei: "Everybody has a plan, until they get punched in the face." Met een plan heb je altijd meer grip en ben je beter voorbereid, maar de toekomst voorspellen kan niemand. Meestal blijkt dat hetgeen is opgeschreven in een plan voor het komende jaar gedurende dat jaar hier en daar herijkt moet worden. Dat is vaak een kwestie van een ochtend 'de koppen bij elkaar steken'. Ondanks de geringe tijd en moeite die daarvoor nodig is, zien we vaak dat organisaties dat nalaten, waardoor binnen de organisatie het idee gaat leven dat van het plan afgeweken dient te worden 'omdat het nou eenmaal even anders loopt' en het plan niet meer zo relevant is. Zonde dus. Wij willen daarvoor waken en plannen graag een aantal korte momenten in het jaar in waar het plan wordt geëvalueerd om eventueel bij te schaven. Want een plan is een middel om te navigeren naar het beoogde eindresultaat; niet een waarheid op zich.

Hieronder een aantal voorbeelden van evaluaties die relevant kunnen zijn:

Een van onze concurrenten biedt zich te koop aan. Er zijn financieringsmogelijkheden. Welke kansen biedt een overname? En wat betekent het voor ons plan?

Onze collega blijkt niet de leiderschapstijl te hebben die nodig is om het salesteam 'aan' te zetten. Welke incentivering is nodig en mogelijk?

We zijn er toch niet helemaal zeker van dat we snappen wat de behoeften van ons doelsegment zijn. Kunnen we de behoeften in een kort traject onderzoeken?

De regelgever heeft de eisen om te voldoen aan certificering aangescherpt. We moeten onze prioriteiten bijstellen.

Een van onze leveranciers is failliet. Welke alternatieven zijn beschikbaar en wat zijn de implicaties voor ons budget?

Een van onze grootste klanten is overgenomen door een andere partij. Ons aanbod past niet meer bij hun behoeften. Moeten we ons aanpassen? Of laten we deze klant lopen?

Onze prijzen zijn scherp door onze pragmatische aanpak

Veel (advies)bureaus hebben het idee dat ze hun identiteit en bestaansrecht moeten ontleen aan ogenschijnlijk complexe methoden en opgeblazen modellen. Dat idee hebben wij niet. Wij doen wat nodig is; en niet meer dan dat. Daardoor kunnen wij onszelf competitief prijzen.

In de basis hanteren wij onderstaand aanbod (versimpeld weergegeven). Maar de praktijk leert dat de projectaanpak sterk verschilt o.b.v. de behoeften van onze klanten. En dus is ons aanbod nagenoeg altijd maatwerk. De investering die wij vragen stemmen we dan ook af nadat wij de situatie, vraag en behoeften scherp hebben gesteld.

	Professioneel ☆☆☆	Gekalibreerd ☆☆☆	Gefundeerd ☆☆☆
✓ Intakesessie			
✓ Inventarisatiesessie			
✓ Concept jaarplan			
✓ Evaluatie en aanpassing			
✓ Finaal jaarplan*			
✓ Introductie Business Maturity Scan			
✓ Business Maturity Scan Template			
✓ Analyse Business Maturity Scan			
✓ Scan-evaluatie			
✓ Verdiepend onderzoek			
✓ Onderzoeks- en adviesrapport			
Indicatieve doorlooptijd	6 weken	8 weken	10+ weken
Indicatieve doorlooptijd 'snelkookpan'	2 weken	4 weken	6+ weken

*Indien geen huisstijl beschikbaar is maar die wel wenselijk is, kunnen wij die leveren.

Benut onze ervaring en expertise

Samen kunnen we leunen op meer dan 15 jaar ervaring met het schrijven van jaarplannen, bedrijfsplannen, commerciële strategieën, integratieplannen, onderzoeks- en adviesrapporten, et cetera.

Bovendien hebben wij deze ervaring opgedaan door te werken voor organisaties met profielen die sterk van elkaar verschillen – van commercieel gedreven tot publiek en van corporates tot MKB's – in uiteenlopende situaties – van net overgenomen tot voornemens te verkopen en van net begonnen tot aan gearriveerd.

Hieronder een deel van onze ervaring:

Financiële sector			
Mobiliteit			
Industrie			
Tech / ICT			
Energiesector			
(Semi-)publiek			



Wat bereiken jullie volgend jaar?

JAARPLAN .NU

email: team@jaarplan.nu

www.jaarplan.nu

