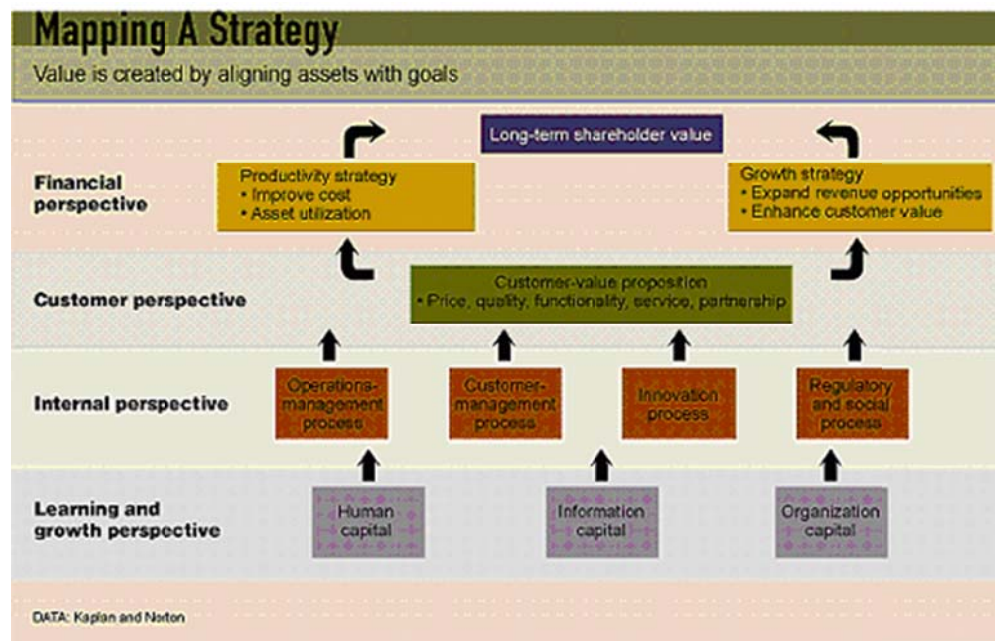


Strategy Mapping

Het vertalen van een strategie in duidelijke stappen vraagt om een structurele methodiek, zoals die van de **Balanced Scorecard**. Hiermee identificeert een organisatie de strategische resources die nodig zijn voor het implementeren, met elkaar in verband brengen en ondersteunen van de strategie en bepaalt zij de operationele doelstellingen.

Het op één lijn brengen van de zogenaamde 'vage assets' met de strategie van de organisatie kan worden geïllustreerd met behulp van een '**Strategy Map**', een diagram dat beschrijft hoe een organisatie waarde creëert door strategische doelen met elkaar te verbinden in een expliciete oorzaak-en-gevolg relatie met elkaar in de vier Balanced Scorecard perspectieven (financiën, klanten, interne processen en leren & groei).



Doel van Strategy Mapping

Strategy Mapping is belangrijk omdat daarmee:

- het managementteam overeenstemming kan bereiken over de strategie;
- gaten in de strategie geïdentificeerd kunnen worden;
- de oorzaak- en gevolgrelaties getest kunnen worden (dm.v. het meten van kwaliteit en sales kan de organisatie leren of kwaliteitsverbetering inderdaad leidt tot verbeterde verkoop);
- interne processen waarin medewerkers dienen te excelleren kunnen worden geïdentificeerd;
- binnen de organisatie duidelijk over de strategie kan worden gecommuniceerd.

Op deze manier komt een organisatie op één lijn en daarmee wordt een **succesvolle implementatie** van de strategie eenvoudiger (en deze is vaak de grootste uitdaging ...)

Doelgroep

Strategy mapping is mogelijk op ieder organisatieniveau. Het resultaat wordt uiteraard mede bepaald door kwaliteit van de strategie (strategy map?) op de hogere niveaus. Door de sessie een interactieve vorm te geven waaraan ook medewerkers deelnemen, wordt tevens snel commitment verkregen t.a.v. de mogelijke veranderingen.

Inhoud

- Bepalen van de kritische succesfactoren op de gebieden financiën, klanten, interne processen en leren & groei en hun onderlinge oorzaak- en gevolgrelatie.
- Bepalen van de prioriteiten.
- Vaststellen van de noodzakelijke acties en de daarbij behorende 'eigenaren' en SMARTe doelstellingen.



Duur

~1 dagdeel voor een eerste opzet (afhankelijk van beschikbare informatie en de kwaliteit hiervan).

Interesse?



Neem contact op met Hans Terhurne

☎ +31 182 88 3005

📞 +31 653 160 235

✉ info@creamatics.nl

www.creamatics.nl

Skype: creamatics

Twitter: HansTerhurne



Een goed gesprek (dialog), 'visual mapping' en creatieve denktechnieken zijn de belangrijkste ingrediënten die CreaMatics, deels samen met partners, hanteert om tot een gemeenschappelijk beeld te komen van de thematiek.



Een visuele dialoog versterkt ons associatief vermogen, zorgt voor een gemeenschappelijk beeld bij alle betrokkenen en daarmee voor commitment en voor een efficiëntere en op de kwaliteiten van mensen gerichte organisatie.

***'You can't manage what you can't measure,
You can't measure what you can't describe'***

Kaplan & Norton