

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 1; Klantperspectief

Succesvolle organisaties hebben de klant centraal staan en focussen op het bieden van de door de klant nagestreefde waarde. Daarbij houden zij voortdurend een vinger aan de pols of dat wat zij doen ook waardevol blijft en hebben vervolgens het lef om hun aanbod te veranderen als de ontwikkelingen en feedback daarop wijzen. Kijk dus een kritisch naar de eigen organisatie en stel de volgende vragen aan je team:

- Houdt de organisatie de ontwikkelingen in de maatschappij en de markt bij?
- Heeft de organisatie het ontvangen van feedback georganiseerd?
- Stuurt de organisatie op het stoppen van activiteiten als deze niet (meer) van waarde zijn voor de klant?
- Checkt de organisatie of de doelen haalbaar zijn?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 2; Kernovertuiging

Succesvolle organisaties hebben de klant centraal staan en focussen op het creëren van waarde voor de klant. Op basis van het inzicht in wat de klant echt wil, nodig heeft, of beter kan doen, hebben zij met oog voor de lange termijn een heldere, inspirerende Kernovertuiging geformuleerd die de basis is voor de bedrijfsvoering. Daarmee is alles gericht op het bieden van de toegevoegde waarde. Kijk dus een kritisch naar de eigen organisatie en stel de volgende vragen ook eens aan je klanten:

- Neemt de organisatie haar maatschappelijke verantwoordelijkheid als het gaat om bronnen, mensen, leefklimaat?
- Heeft de organisatie een heldere visie op wat de klant nastreeft en wat hem daarbij in de weg staat?
- Is op basis van de visie een inspirerende missie geformuleerd wat de organisatie voor de klant wil betekenen?
- Is de missie vertaald naar een concrete strategie op hoofdlijnen hoe de missie gerealiseerd gaat worden?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 3; Positionering

Succesvolle organisaties claimen een onderscheidende positie in het hoofd van hun doelgroep. Zij maken voor hun doelgroep precies duidelijk wat zij beter doen dan anderen. Dat trekt mensen aan die dat aspect belangrijk vinden. Leg de positionering van jouw merk langs deze lat en leg daarvoor ook je oor te luister in de markt:

- Heb je een helder en onderscheidend profiel?
- Komt dit profiel tot uiting in alles wat je doet?
- Is dit profiel vertaald naar een eigen verschijningsvorm?
- Ben je zichtbaar voor de doelgroep?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 4; Verdienstructuur

Succesvolle organisaties hebben hun financiën op orde. Zij hebben hun financiële huishouden zo ingericht dat zij op lange termijn relevant kunnen blijven voor de klant. Het betekent dat zij zowel slim inkomsten vergroten als investeren in de lange termijn. Dat doen zij vanuit hun drive waarde te blijven creëren voor de klant. Hoe is de verdienstructuur van jouw organisatie. Het is geen kwestie van ja of nee. Het gaat erom dat je hier voortdurend aan werkt, voortdurend op zoek bent waar het beter kan.

- Hebben jullie creatieve oplossingen om meer inkomsten te genereren met de waarde die je in huis hebt?
- Doe je investeringen voor de lange termijn of maak je soms keuzes ten gunste van de lange termijn?
- Is jullie merk zo sterk dat je mag aannemen dat klanten jouw merk blijven kopen wat zich vertaalt in een waarde op de balans?
- Voer je een verantwoord financieel beheer zodat je sterk en weerbaar bent bij tegenslag?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 5; Meesterschap

Succesvolle organisaties draaien op medewerkers die meester zijn in hun vak. Meesters hebben een passie voor hun vak, willen niets liever dan dat zij uitgedaagd worden zodat zij al hun talenten benutten, willen de ander oprecht begrijpen zodat zij hen beter kunnen helpen en willen groeien. Meesterschap begint bij het aantrekken van de juiste mensen. Daarnaast moet je de organisatie ook zo inrichten met processen, afspraken, systemen en leiderschap dat je medewerkers het beste uit zichzelf halen. Voor zichzelf, voor de klant, voor de collega en dus voor de organisatie. Waar zit in jouw organisatie ruimte voor verbetering:

- Zou je meer mensen met passie voor hun vak willen hebben of is het vooral zaak de passie verder aanwakkeren?
- Heb je de juiste talenten in huis om de Koers waar te maken en benut je hun talent optimaal of zit er misschien meer in?
- Stimuleer je voldoende dat je mensen zich kunnen inleven in elkaar, in de klant, in de leverancier?
- Wordt er bewust gewerkt aan het ontwikkelen van een leergierige cultuur?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 6; Teamspirit

Een positieve Teamspirit is de zesde van de acht cruciale organisatiekwaliteiten. Als je tijd, geld en aandacht investeert in het creëren van een positieve Teamspirit leidt dat aantoonbaar tot betere resultaten. Er is geen gedoe. Je medewerkers inspireren en steunen elkaar en het doel van de organisatie. Wat doe jij voor een positieve Teamspirit:

- Hoe helder vinden de medewerkers wat van hen wordt verwacht, begrijpen ze dat en vinden ze dat zinvol?
- Hoe open vinden de medewerkers dat ze kunnen zijn? Zijn er opbouwende discussies?
- Heeft iedereen het gevoel dat hij net zo belangrijk is voor het vervullen van het doel als ieder ander?
- Heerst er een positieve teamdynamiek waar mensen elkaar steunen, aanvullen en misschien een beetje plagen. Is er lol?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 7; Ondernemerschap

Ondernemerschap is cruciaal voor het succes van je organisatie. Ondernemerschap is het inspelen op kansen in de markt. Daarbij baseer je je op de input vanuit Klantperspectief; welke ontwikkelingen zijn er, sluit onze manier van werken en ons aanbod nog aan op de behoefte van de klant? Maar je let ook op de signalen die de medewerkers afgeven, ervan uitgaande dat je vakmensen in dienst hebt en een open cultuur. Om het ondernemerschap van de organisatie als geheel en van de individuele medewerkers te stimuleren, moet je jezelf afvragen: "Hoe ondernemend ben ik zelf eigenlijk en wat zou ik nodig hebben om ondernemender te zijn?"

- Stimuleer je een verbeteringsgerichte mentaliteit door creativiteit en innovatie in te bedden in de dagelijkse processen?
- Stimuleer je het lef om nieuwe dingen te proberen door risico's te verlagen en vertrouwen en ruimte te geven voor nieuwe dingen?
- Geef je de mensen verantwoordelijkheid voor het succes van de organisatie door helderheid te geven over de Kernovertuiging?
- Versterk je het aanpassingsvermogen door begrip, ruimte en structuur?

IN 8 STAPPEN OP KOERS, OP KARAKTER

Stap 8; Organisatiediscipline

Succesvolle organisaties weten de plannen te realiseren. Weten hoe ze van denken naar doen gaan. Zelfs als alles klopt, de Koers, de cultuur de structuur dan gaat het nog niet vanzelf. Het vraagt discipline en discipline kun je voor een groot deel organiseren en afdwingen. Du moment dat een plan niet of niet soepel gerealiseerd wordt, kijk je eerst naar deze aspecten. Hierin komt de gehele Koers & Karakter dynamiek samen.

- Zijn de plannen dusdanig behapbaar dat er ook daadwerkelijk en daadkrachtig gewerkt kan worden aan de invoering?
- Zijn alle beslissingen, gedragingen, voorwaarden consequent en worden die consistent nageleefd?
- Is er een goede balans tussen volharding en loslaten? Is de organisatie weerbaar. Kun je doorzetten bij tegenslag?
- Is voor iedereen duidelijk waar hij aan toe is?