

Bouwen aan een stevige strategie

De meest gestelde vraag bij het opstellen van een strategische koers voor een organisatie is 'Wat moet er in?' Minstens zo belangrijk is 'Hoe komen we tot deze strategie?' Zeven tips voor het bouwen aan een strategie die staat.

Door Huub Raemaker

1 Sta stil bij het hoe

Stel vragen die u bewust maken van het proces en de resultaten die u hiermee kunt bereiken. Wie moeten erbij betrokken worden? Welke rol wilt u als bestuurder? Hoe doorbreekt u traditioneel denken? Hoe verwarrend of inspirerend wilt u het proces laten zijn voor uw organisatie?

2 Doorbreek het patroon

Weersta de verleiding om het strategieproces hetzelfde in te richten als de vorige keer, ook al was dat een succes. Start de strategieontwikkeling daarom met een ontwerpfase van het proces.

3 Vergeet de evaluatie niet

Welke doelen zijn bereikt? Stond de inzet in relatie tot de uitkomsten? In hoeverre klopte het vooruitzicht van de veranderende omgeving dat destijds is ontwikkeld? Hoe verliep de uitvoering? En vooral: waarom is het gegaan zoals het ging?



4 Ontwikkel door uit te voeren

Een strategie bestaat pas als er ook daadwerkelijk iets verandert. Wacht daarom niet met de uitvoering tot de definitieve versie van het strategiedocument is vastgesteld. Richt het proces vanaf het begin op energie, draagvlak, passie en motivatie, borging en verankering. Maak van strategieontwikkeling en -uitvoering één geheel.

5

Bundel de kracht

Kijk naar de mensen in uw organisatie als rijke bronnen van informatie en inspiratie. Besluit wie op welke wijze en op welk moment bij het proces betrokken worden. Creëer hiermee betrokkenheid van de medewerkers, zodat er motivatie en energie ontstaan voor de uitvoering van de strategie.

6

Combineer expertise en creativiteit

Beperk u bij de ontwikkeling van de strategie niet alleen tot de rationele en expertmatige kant. Er is meer dan cijfers en feiten. Zoek ook naar de intuïtieve en creatieve invalshoek. Beide hebben toegevoegde waarde en leiden samen tot rijkere inzichten. Combineer beide werelden door objectieve informatie in te brengen in een creatief proces.



Foto: iStockphoto

7

Wees niet kortzichtig

Stel uw strategie op vanuit een breed perspectief. Vraag stakeholders om actief hun visie te geven op de koers van uw organisatie. Wees niet bang in de kaarten te worden gekeken. Betrek de omgeving bij het proces voor beter inzicht in uzelf en in de regionale en maatschappelijke opgaven. Meerdere perspectieven samen geven een scherpere strategie en vaak verrassende inzichten en samenwerkingen.

De tekst is geschreven in samenwerking met Johanneke Schilthuis en Anne Dekker. Zij werken net als Huub Raemakers bij Twynstra Gudde.