

Een praktische handleiding om te komen van visie naar actie

DURVEN KIEZEN MET EEN BUSINESSPLAN OP 1 A4

In een tijd van crisis met steeds strengere kwaliteitseisen en duurzame ontwikkelingen die elkaar in snel tempo opvolgen wordt er nog meer van je gevraagd als manager. Je hebt geen tijd voor dikke plannen die toch nauwelijks worden gelezen of slechts gedeeltelijk worden uitgevoerd. Alles aanbevelen of lukraak implementeren zonder een krachtig plan helpt jou als manager en de (interne) klant echter ook niet verder. Je zult slimme keuzes moeten maken.

Door Marc van Eck, managing partner Business Openers

Samen met mijn collega-partners Ellen Leenhouts en Judith Tielen schreef ik op veler verzoek 'OGSM, Businessplan op 1 A4; word succesvoller met OGSM', een handzaam boekje dat in zeer korte tijd nummer 1 werd in de managementboek Top 100. Een praktische handleiding om te komen van visie naar actie. Want zeker nu is het nog belangrijker om goed te weten waar je naartoe wilt en hoe je daar gaat komen, dus om met elkaar duidelijke keuzes te maken. Onderzoek laat zien dat bedrijven die dit doen, succesvoller zijn. Ook als het economisch minder gaat.

OGSM staat voor *Objective, Goals, Strategies, Measures*. Het is een businessplan op één A4 dat ambitieuze doelstellingen verbindt aan concrete acties. De OGSM-methodiek helpt dromen, ideeën en plannen zo concreet te maken dat ze gehaald worden. Want dromen of plannen hebben is leuk, maar goede plannen hebben en deze waarmaken is nog veel leuker en nuttiger.

De methodiek is ontstaan vanuit het Management by Objectives-denken dat Peter Drucker halverwege de twintigste eeuw introduceerde. In deze bewezen methodiek worden de doelen van de organisatie structureel vertaald naar doelen van afdelingen en medewerkers. Zo weten medewerkers precies waarvoor zij staan opgesteld en dat zij, met het bereiken van hun doel, een bijdrage leveren aan het doel van de organisatie. Het samen overeenkomen van uitdagende maar haalbare doelen motiveert medewerkers ook. Zo wordt de kans groter dat een organisatie bereikt wat ze wil bereiken.

De OGSM-methodiek wordt door onder andere veel Fortune 500-organisaties wereldwijd gebruikt als hun belangrijkste tool voor strategische planning. Bekende voorbeelden zijn Procter & Gamble, Coca-Cola en Mars. Maar vanuit ons strategisch marketingadviesbureau Business Openers helpen wij ook steeds meer managers van kleinere organisaties met deze aanpak. De

methode is bruikbaar voor grote bedrijven en overheidsorganisaties die met hun omvangrijke rapporten scherp te missen, maar zeker ook voor MKB-bedrijven die wars zijn van dikke plannen en het vaak lastig vinden om de juiste keuzes te maken.

Mijn vijf tips voor een businessplan op één A4 dat wél werkt:

1. START MET HET BEOOGDE EINDDOEL

In de praktijk beginnen veel plannen met het optellen van acties en dan te bekijken waar dit de onderneming kan brengen. Een OGSM begint met een duidelijke en krachtige verwoording van het kwalitatieve doel (de Objective) van de organisatie. Het geeft aan waar je als organisatie wilt staan aan het eind van een bepaalde periode. Het is een ambitieus maar haalbaar doel dat idealiter ook nog de mensen in je organisatie motiveert om hier dagelijks hun bijdrage aan te leveren. Omdat de Objective leidend is voor alles wat volgt is het belangrijk dat stakehol-

EXCLUSIEF VOOR ABONNEES: WIN EEN EXEMPLAAR!

Het boek '**Businessplan op 1 A4**' (ISBN 978 90 4302 813 4, € 9,95) van auteur Marc van Eck, Ellen Leenhouts en Judith Tielen, wordt uitgegeven door Pearson Benelux en is te bestellen via de (internet)boekhandel. Als abonnee van Kwaliteit in Bedrijf maakt u kans een exemplaar te winnen door vóór **23 mei a.s.** een e-mail te sturen naar redactie@kwaliteit-in-bedrijf.nl waarin u in één enkele zin uitlegt waarom u een gratis exemplaar zou moeten krijgen. Vergeet daarbij niet uw adresgegevens te vermelden. Onder de inzenders trekken we deze keer vijf winnaars, die het boek thuisgestuurd krijgen.

Over de uitslag van deze actie kan niet worden gecorrespondeerd.





ders hier overeenstemming over hebben. De Objective is jullie punt op de horizon.

2. BEPAAL DE KWANTITATIEVE DOELEN

Een plan wordt gemaakt om het te realiseren. Dat geldt ook voor OGSM. Dus is het belangrijk om aan het eind van de rit wel te

dwingt je om op alle fronten goede keuzes te maken. Zeker bij de 'S' van Strategies. Hier maak je specifieke keuzes hoe jullie de Objective (en daarmee de Goals) gaan halen. Welke wegen ga je bewandelen? Kies maximaal vijf strategieën. Als er geen serieus alternatief is voor een strategie, is

de laatste stap naar een inspirerend en gericht plan op één A4 vertaal je iedere strategie naar concrete actiestappen en kom je overeen wie de actiestappen uitvoert en wanneer deze gereed zijn. Ook bepaal je een 'dashboard' met meetpunten om onderweg op praktische wijze te monitoren of een strategie op koers ligt. Zo wordt het daadwerkelijk halen van de doelen zeker gesteld en voorkom je dat medewerkers zaken doen die niet bijdragen aan het resultaat.

'DE OGSM-METHODIEK HELPT DROMEN, IDEEËN EN PLANNEN ZO CONCREET TE MAKEN DAT ZE GEHAALD WORDEN'

weten of de doelstelling is behaald. Ook is het van belang dat alle betrokkenen dezelfde definitie hebben van de woorden uit de Objective. Vertaal daarom de Objective (het kwalitatieve doel) in kwantitatieve doelen (de Goals). Op basis hiervan kan aan het eind van de periode worden bepaald of de Objective daadwerkelijk is behaald. De Goals zijn dus de coördinaten van het punt op de horizon. Zorg dat de Goals SMART zijn, dat wil zeggen Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Resultaatgericht en Tijdgebonden.

3. DURF STRATEGISCH TE KIEZEN

OGSM gaat over kiezen. Het format

het geen goede strategie. Scherp kiezen wat wel en niet te doen, is de kunst van strategisch denken. Dit leidt tot focus en de ervaring leert dat focus leidt tot resultaat. Alles een beetje doen – of nog erger het ene doen en het andere niet laten – is kiezen voor middelmaat.

4. ZET VISIE OM IN ACTIE EN MEET ONDERWEG OF JE OP DE GOEDE WEG BENT

Zijn de strategieën bepaald, dan is het van belang om onderweg te meten of iedere strategie op koers ligt en ook echt bijdraagt aan het halen van de Objective. In

5. GEBRUIK ÉCHT MAAR ÉÉN A4

Om ervoor te zorgen dat je het strategische doel, de meetpunten, de strategieën en de acties voor iedereen zo concreet en helder mogelijk zijn, is het belangrijk dat je ook echt maar één A4 gebruikt voor het plan. Een scherp verwoord plan met de juiste keuzes en motivatie vergroot immers de kans dat het ook wordt waargemaakt. **Q**

Ben je geïnspireerd en gemotiveerd en wil je ook aan de slag met een (business)plan op één A4 dat wel werkt?

Download een gratis OGSM-template op www.businessplanop1a4.nl en ga vandaag nog aan de slag.