



De missie van je organisatie

De missie is inspirerend en geeft een beknopte en krachtige omschrijving van waar je bedrijf voor gaat en staat. Met de missie geef je aan welke functie jouw bedrijf in de markt kan en wil vervullen. Dit noemen we ook wel het bestaansrecht van je bedrijf.

Daarmee geeft de missie direct al het doelgerichte voor je gehele bedrijfsvoering weer. Want eigenlijk moeten alle besluiten en alles wat je doet bijdragen aan de missie van je bedrijf.

Door de missie zorgvuldig te formuleren geeft het richting voor je medewerkers. Maar ook voor klanten die het beste passen bij je missie. De kwaliteit van je klanten sluit met andere woorden aan bij de kwaliteit van je missie.

Alleen dan is er absolute focus in alle processen en dat leidt automatisch tot hogere opbrengsten en lagere kosten (mits je een goed business model hebt uiteraard).

Stappenplan om tot een goede missie te komen

1. Verantwoordelijke inventariseert wat reeds beschikbaar is en legt vast in het invoerveld Missie binnen ICR.

- uitkomsten van eventuele eerdere pogingen om tot een goede missie te komen
- elementen die van belang zijn en bijvoorbeeld vastliggen in onderzoeksrapporten, jaarverslagen of (strategische) plannen
- soortgelijke teksten van concurrenten en andere relevante organisatie

2. Deel uitkomsten inventarisatie met je (kern-) team - via Deel met je team functie onder het invoerveld Missie binnen ICR.

- Deel de resultaten van stap 1 met het kernteam van je organisatie.
- Bespreek met elkaar welke elementen zeker terug moeten komen in de missie.
- Leg vast in het invoerveld Missie binnen Route ICR.
- Formuleer een concept omschrijving van de missie en vraag formeel om feedback aan het kernteam via (Deel met je team functie).

3. Zorg voor draagvlak binnen je organisatie.

- Is het kernteam tevreden over de in concept geformuleerde missie? Vraag dan een grotere groep medewerkers, uit alle lagen en afdelingen, om feedback.
- Op basis van de reacties komt het kernteam tot een definitieve beschrijving van de missie.
- Vraag nog eenmaal feedback vanuit de eerder betrokken medewerkers om te borgen dat de meest recente feedback én bijbehorende score is opgeslagen binnen ICR.
- De kernteam leden zorgen dat voor iedereen duidelijk is wat de missie betekent voor hun dagelijkse werkzaamheden.

Praktijkvoorbeelden om tot een goede missie te komen

Om tot een goede missie te komen, kun je inspiratie opdoen vanuit de Golden Circle van Simon Sinek. Zoek in je browser op Golden Circle Simon Sinek en je krijgt diverse YouTube filmpjes als zoekresultaat, inclusief eentje met Nederlandse ondertiteling. Een echte aanrader. Hieronder enkele voorbeelden ter inspiratie, van hoe je een missie kunt omschrijven:

Coolblue - Hét voorbeeld zijn op het gebied van klantgerichtheid. De boodschap *Alles voor een glimlach* komt dus voort uit een wel heel originele missie.

De Vegetarische Slager - Het bevrijden van dieren uit de voedselketen door een volledig én lekker alternatief te bieden voor vlees. Een inspirerende missie voor een specifieke doelgroep die om het welzijn van dieren geeft én waarde hecht aan de eigenschappen van vlees.

Philips - Het leven van mensen verbeteren met zinvolle innovaties. Ooit begonnen met gloeilampen en inmiddels zeer actief in de gezondheidssector.