



De visie van je organisatie

Zonder visie is een bedrijf stuurloos, want een visie geeft richting en zorgt voor verbinding in het team. Het is vrijwel zeker dat er in een bedrijf zonder visie, veel energie, tijd en geld wordt verspild. Toch onderschatten veel ondernemers het ontwikkelen van een visie.

Voor een ondernemer staat de visie voor zijn kijk op het lange termijn perspectief van zijn bedrijf. Dit zijn dan ook de uitgangspunten van waaruit zijn bedrijf opereert.

Door onze visie te geven maken we duidelijk waar we heen willen. Uit onze visie blijkt ook welke positie in de markt we in zullen nemen binnen drie tot vijf jaar vanaf nu.

Stappenplan om tot een goede visie te komen

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

- Welke ambitie leeft er binnen de organisatie.
- Uitkomsten van eventuele eerdere pogingen om tot een goede visie 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 Visie 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 visie.
- Leg vast in het invoerveld Visie binnen Route ICR.
- Formuleer een concept omschrijving van de visie 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 visie? 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 visie.
- 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 visie betekent voor hun dagelijkse werkzaamheden.

Praktijkvoorbeelden om tot een goede visie te komen

Niet alle bedrijven lopen te koop met hun visie. Alleen al omdat zij de concurrentie niet wijzer willen maken.

Een mooie en voor iedereen herkenbare visie is van Microsoft en dateert uit 1980: 'A computer on every desk and in every home: all running Microsoft software.'

Ons eigen Philips heeft haar visie op de volgende wijze geformuleerd: 'Philips streeft ernaar middels innovaties de wereld om ons heen gezonder en duurzamer te maken. Ons doel is om in 2025 de levens van drie miljard mensen te hebben verbeterd. Wij bieden de beste werkomgeving voor mensen die onze passie delen en samen bieden we onze klanten en aandeelhouders ongekende meerwaarde.'