

BEDRIJFS- STRATEGISCH MODEL

OVERZICHT

#	Topic
1	Bedrijfscase
2	Waarom een bedrijfsstrategisch model?
3	Wat is een bedrijfsstrategisch model?
4	Voorbeelden
5	Oefeningen

1. BEDRIJFSCASE

Fran is een kleine keten van kledingboetieks voor een publiek van dames.

‘Frisse, vlot draagbare, maar toch stijlvolle dameskleding voor de actieve vrouw’, dat is de unieke combinatie waar Fran op inzet.



1. BEDRIJFSCASE

De naam van de keten is afgeleid van de stichter-zaakvoerder, Fran Pieters. Zij zei een tiental jaar geleden het bedrijfsleven (en een heel goedbetaalde job) vaarwel om een kledingboetiek te openen. Intussen staat de teller op drie winkels. Die zijn allemaal gevestigd in de regio Antwerpen.

De ambitie op de lange termijn (2035) is om ook winkels te openen in Gent en Brussel om zo heel Vlaanderen te bereiken.

1. BEDRIJFSCASE



shopinterieur

1. BEDRIJFSCASE

Fran werkt samen met een team van 12 verkoopsters, 3 ondersteunende administratieve krachten en een atelier van 2 naaisters.) Zij runt haar zaak als een ‘moeder’. Vertrouwen en professionaliteit gaan hand in hand. De klant staat voorop. Advies op maat, klantvriendelijkheid en een onberispelijke service-na-verkoop zijn cruciaal. (Naast de verkoop van kleding doet de zaak ook retouches, dat zijn aanpassingen of herstellingen aan kledingstukken.)

1. BEDRIJFSCASE

Fran Pieters zweert bij de strategie van een optimaal onthaal van de klant. De klant wordt persoonlijk begeleid vanaf het moment dat deze de winkel binnenkomt tot de uiteindelijke verkoop. En, zoals reeds gesteld, is de klant ook steeds welkom als een aanpassing of herstelling aan een kledingstuk dient te gebeuren.



1. BEDRIJFSCASE

Doel is dan ook om 95% tevreden klanten te hebben. Daarnaast wil Fran ook haar rendabiliteit versterken, want de opening van nieuwe winkels zal de inzet van middelen vergen.

Er werd dan ook een klantengetrouwheidsprogramma op poten gezet waarin klanten regelmatig worden uitgenodigd voor modeshows, opgeluisterd met muziek en ingeleid met een hapje en drankje.

1. BEDRIJFSCASE



persoonlijke
shopassistentente

1. BEDRIJFSCASE

Fran nam ook een accountant onder de arm die de zaak zal doorlichten om de opportuniteiten in kaart te brengen waarmee de rendabiliteit van de zaak kan worden opgekrikt.

Op die manier is een gezonde toekomst verzekerd.

2. WAAROM EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

VRAAG: Welke zijn de kernwoorden of tekstgedeelten die het bedrijf van Fran **fundamenteel samenvatten?**

2. WAAROM EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

ANTWOORD:

Heel Vlaanderen willen bereiken

Klantengetrouwheids-
programma

Frisse, vlot draagbare, maar toch stijlvolle
dameskleding voor de actieve vrouw

Vertrouwen en professionaliteit

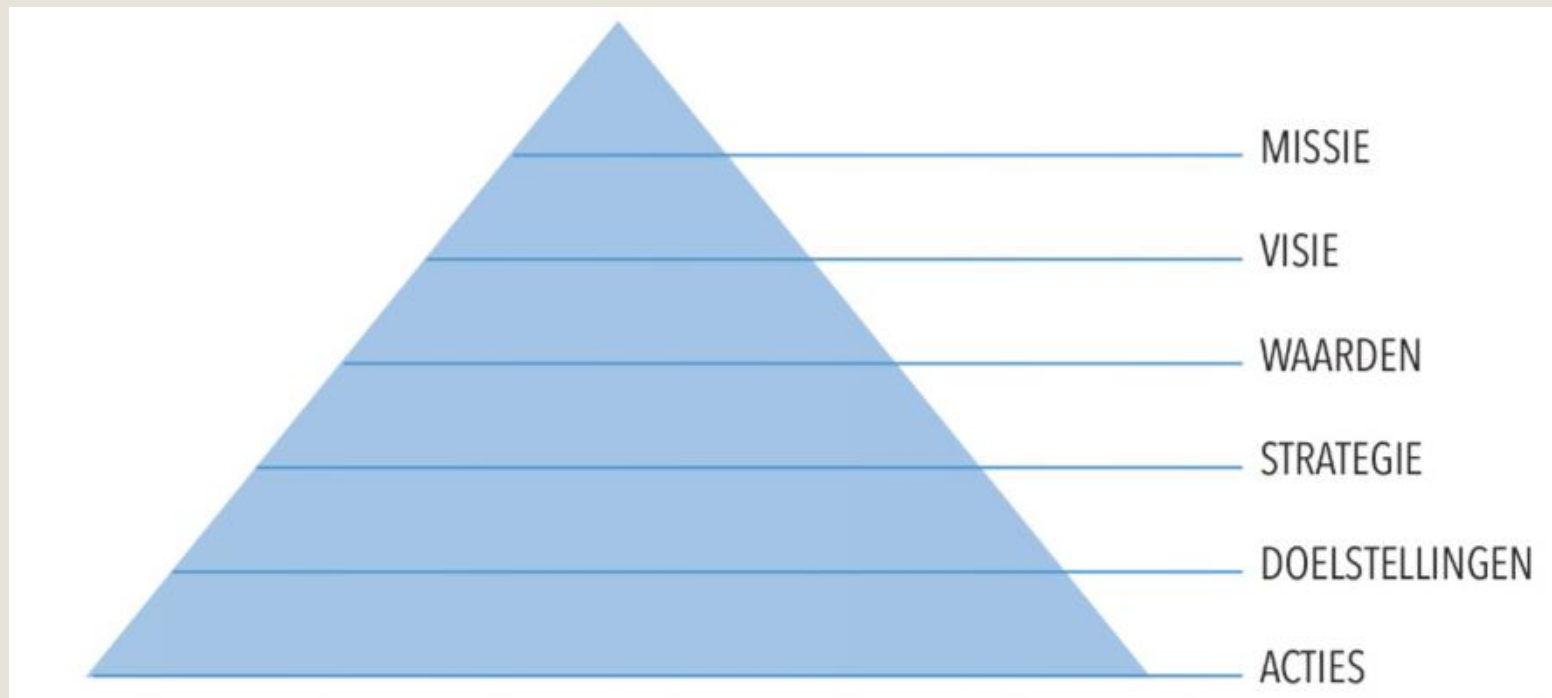
Optimaal onthaal van de klant

95% klantentevredenheid

Begeleiding door accountant

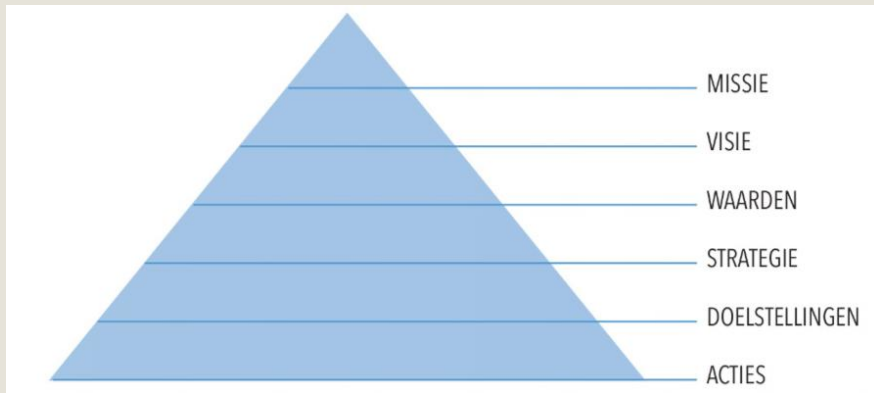
Sterkere rendabiliteit

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?



Het
bedrijfsstrategisch
model geeft het
antwoord op wat
het fundament is
van een bedrijf.

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

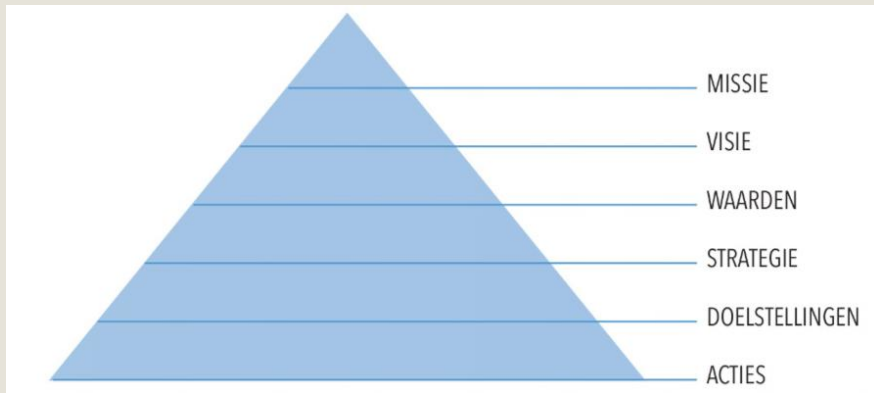


MISSIE

De bestaansreden van het bedrijf,
waar het bedrijf voor staat

Gaat verder dan de ‘generieke’ missie
van continuïteit

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

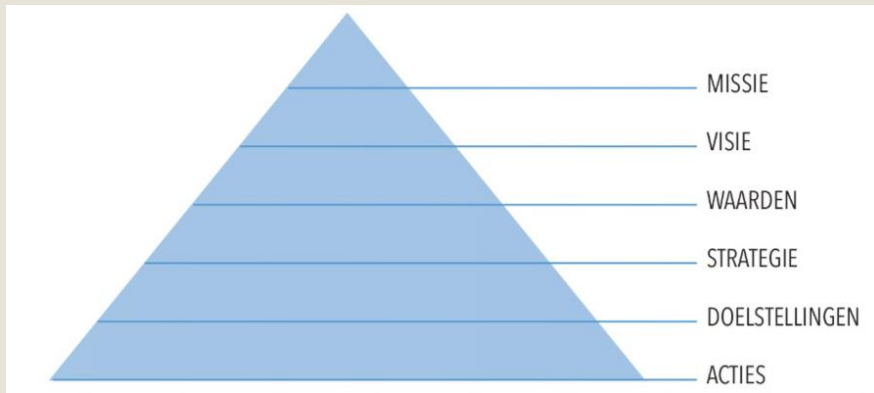


VISIE

De ambities van het bedrijf, de **doelen op lange termijn**

Een leidraad voor keuzes die moeten worden gemaakt

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

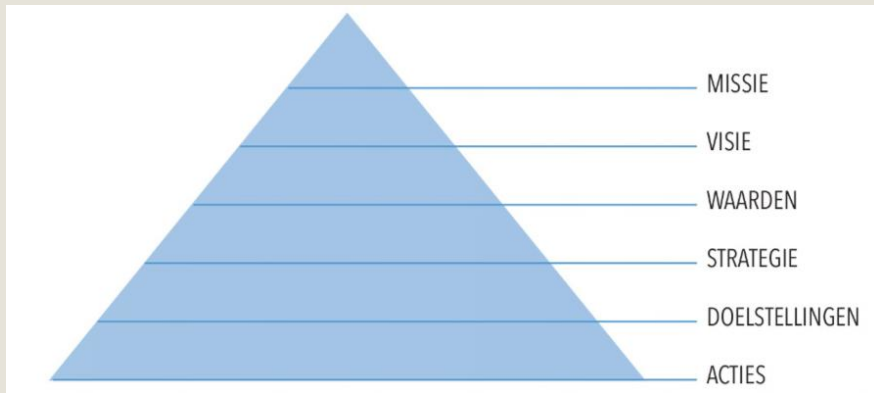


WAARDEN

De fundamentele principes die het bedrijf hoog in het vaandel draagt, de culturele hoekstenen van het bedrijf

Sterke link met bedrijfscultuur

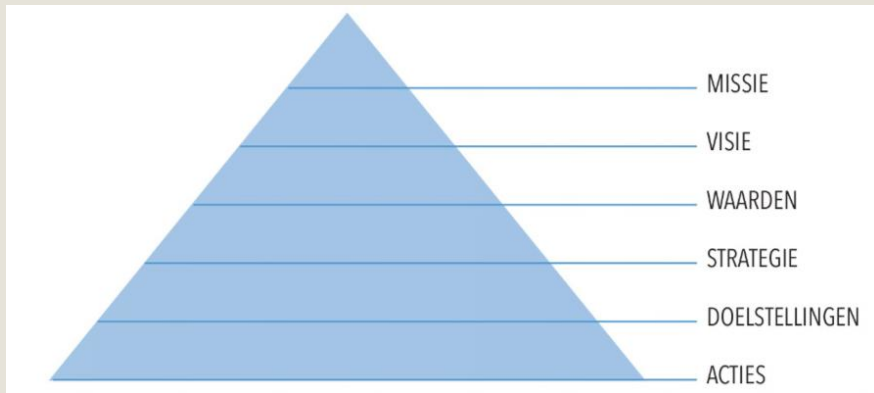
3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?



STRATEGIE

De **koers die het bedrijf volgt** om de visie (doelen op lange termijn) en de doelstellingen (korte termijn) te realiseren; gaat over het “**HOE?**”

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

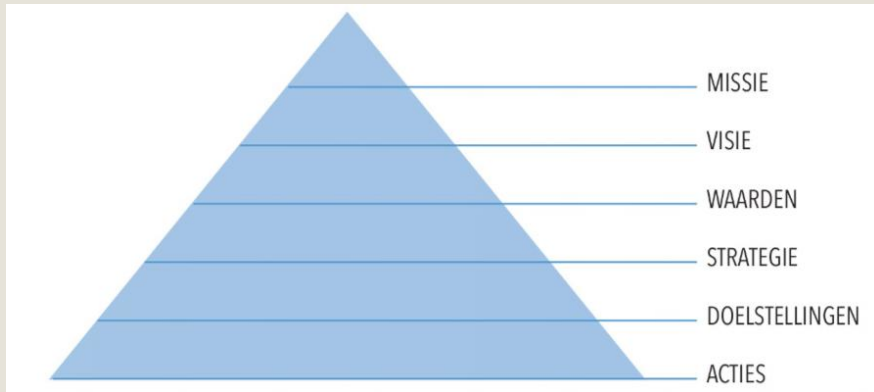


DOELSTELLINGEN

De mijlpalen die op korte termijn moeten worden gehaald op weg naar de realisatie van de visie; gaat over het “WAT?”

‘SMART’-principe!

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?



ACTIES

De **concrete invulling** van de strategie door een actieplan

‘Meten is weten’: opvolgen van voortgang en succes

3. WAT IS EEN BEDRIJFSSTRATEGISCH MODEL?

ANTWOORD:



4. VOORBEELDEN

MISSIE

Duurzame relaties opbouwen met onze klanten en medewerkers, investeren in de samenleving en het klimaat en zorgen voor kwalitatieve en duurzame producten is onze missie.



4. VOORBEELDEN

VISIE

De langetermijnambitie van Torfs is de verdere uitbouw van het warme familiebedrijf onder leiding van CEO Lise Conix, met ruimte voor verdere economische versterking en innovatie.



4. VOORBEELDEN

WAARDEN

Dit zijn de waarden die we dagelijks samen uitdragen: écht contact, jezelf kunnen zijn, samen- en familiegevoel, oprechte waardering, werkplezier, eigenaarschap en resultaat gedreven werken.



4. VOORBEELDEN

STRATEGIE

Een typische strategie is de 'human-first' en waardegedreven aanpak, waarbij de mens centraal staat.



4. VOORBEELDEN

DOELSTELLINGEN

Aangaan van strategische samenwerkingen of overnames binnen de bredere modemarkt (als eerste mijlpaal in een vijfjarenplan)

Realiseren van duurzame logistiek en leveringen (zoals het verlagen van de CO2-uitstoot van e-commerce)



4. VOORBEELDEN

ACTIES

Gesprekken voeren met sectorgenoten en modebedrijven in de brede zin

Gebruik van herbruikbare verzendzakken



5. OEFENINGEN

OEFENING 1: Lees de volgende business case en stel het bedrijfsstrategisch model op.

5. OEFENINGEN

Ferronova is een bedrijf dat duurzame metalen onderdelen maakt voor machines, fietsen en elektrische voertuigen. Het bedrijf vindt dat industriële productie hand in hand moet gaan met respect voor mens en milieu.

The Ferronova logo is displayed in a dark blue, bold, sans-serif font. The word "ferronova" is written in lowercase letters. The logo is centered within a white rectangular box that has a thin grey border.

5. OEFENINGEN

Daarom wil Ferronova betrouwbare producten maken die lang meegaan en zo weinig mogelijk grondstoffen verspillen. Het bedrijf wil bovendien bijdragen aan een industrie waarin economische groei niet ten koste gaat van toekomstige generaties. Ferronova droomt ervan om tegen 2035 tot de meest duurzame producenten van metalen onderdelen in Europa te behoren.

5. OEFENINGEN

Tegen dat jaar wil het bedrijf zijn productie vrijwel volledig klimaatneutraal maken. Daarnaast wil Ferronova bekendstaan als een innovatieve onderneming die nieuwe productietechnieken snel en verantwoord toepast. Ook wil het bedrijf op lange termijn zijn producten in minstens vijftien Europese landen verkopen.

5. OEFENINGEN

Bij alle beslissingen staan kwaliteit, duurzaamheid, veiligheid en respect centraal. Medewerkers worden aangemoedigd om eerlijk te communiceren en verantwoordelijkheid te nemen voor hun werk. Het bedrijf vindt samenwerking belangrijk en verwacht dat collega's elkaar helpen wanneer problemen ontstaan. Ook innovatie is essentieel: nieuwe ideeën van medewerkers krijgen ruimte en succesvolle voorstellen worden beloond.

5. OEFENINGEN

Om zijn toekomstplannen te realiseren, kiest Ferronova ervoor om sterk te investeren in energiezuinige en geautomatiseerde productielijnen. Het bedrijf wil daarnaast steeds meer gerecycleerd metaal gebruiken en langdurige samenwerkingen aangaan met duurzame leveranciers. Ferronova investeert ook in onderzoek naar lichtere en sterkere metalen onderdelen. Tegelijk wil het zijn positie in Europa versterken door eerst uit te breiden naar de buurlanden en daarna naar andere Europese markten.

5. OEFENINGEN

Voor het komende jaar heeft de directie enkele duidelijke resultaten vastgelegd. Het energieverbruik per geproduceerd onderdeel moet tegen het einde van het jaar met 10 procent dalen. Het aandeel gerecycleerd metaal in de productie moet stijgen van 40 naar 55 procent. Daarnaast wil Ferronova binnen twaalf maanden drie nieuwe grote klanten in Duitsland en Frankrijk aantrekken. Het aantal producten dat wegens kwaliteitsproblemen wordt afgekeurd, moet met 15 procent verminderen.

5. OEFENINGEN

Om deze resultaten te bereiken, worden de komende maanden verschillende concrete werkzaamheden uitgevoerd. In september worden in productiehal 2 twintig oude machines vervangen door energieuinigere modellen. Vanaf oktober registreert een nieuw digitaal systeem dagelijks het energieverbruik van elke productielijn. De aankoopdienst neemt deze maand contact op met vijf leveranciers van gerecycleerd staal en aluminium.

5. OEFENINGEN

Het verkoopteam bezoekt in november twee industriële vakbeurzen in Duitsland om nieuwe klanten te zoeken. Elke productiemedewerker volgt voor december een opleiding van vier uur over kwaliteitscontrole en afvalvermindering. Daarnaast komt er vanaf volgende maand iedere vrijdag een kort overleg waarin medewerkers verbeteringsvoorstellen kunnen indienen. De directie controleert elk kwartaal of de geplande resultaten worden bereikt en stuurt waar nodig bij.

5. OEFENINGEN

Zo probeert Ferronova zijn dagelijkse werkzaamheden consequent te verbinden met wat het bedrijf belangrijk vindt en waar het in de toekomst naartoe wil.

5. OEFENINGEN

Bedrijfsstrategisch model

5. OEFENINGEN

OEFENING 2: Maak een bedrijfsstrategisch model voor het bedrijf of de organisatie van jouw onderzoekscompetentie.

5. OEFENINGEN

Bedrijfsstrategisch model

5. OEFENINGEN

OEFENING 3: Maak een bedrijfsstrategisch model voor de Broederschool Humaniora.

5. OEFENINGEN

Bedrijfsstrategisch model