# Checklist: De touwtjes in handen nemen

De checklist bestaat uit 2 onderdelen:

1. Hoe merk je dat je de touwtjes niet in handen hebt?
2. Hoe krijg je de touwtjes weer in handen?

Dit zijn signalen die erop kunnen wijzen dat je de touwtjes niet meer in handen hebt:

|  |  |
| --- | --- |
| **De signalen:**  | **Ja/Nee** |
| * De hectiek van de dag regeert
* Doelen en plannen zijn vaag en impliciet.
* De omzet daalt.
* De winst daalt.
* Collega’s en medewerkers komen hun afspraken niet na.
* Collega’s komen niet of te laat op vergaderingen. Aktiepunten blijven staan.
* Het ongewenste personeelsverloop neemt toe.
* Het ziekteverzuim neemt toe.
* Je komt moe thuis.
* Je komt onvoldaan thuis.
* Je hebt geen zin meer om naar het werk te gaan.
* Het aantal klachten van klanten stijgt.
* Als iemand aan je vraagt: “Hoe gaat het met je?” en je zegt iets in de trant van: Druk, druk, druk
* Je vraagt je steeds meer af waar je het voor doet.
* De sfeer in je team is onprettig.
* De samenwerking verloopt stroef.
* De medewerkers zijn ongemotiveerd en nemen geen initiatieven.
* De medewerkers besteden veel tijd op internet voor privé doeleinden.
* Klanten gaan naar de concurrent.
 |  |

De touwtjes weer in handen nemen:

**Stap 1: Stel een belangrijk en zinvol doel:**

|  |
| --- |
| **Ons doel is:** |

Check of het doel concreet, meetbaar, ambitieus en tijdgebonden is.

Om je doel te bereiken, zullen veranderingen op één of meerdere succesfactoren nodig zijn, want als je blijft doen wat je altijd al gedaan hebt, blijf je krijgen wat je altijd al gekregen hebt.

**Stap 2: Stel een plan op en betrek in dat plan de volgende succesfactoren:**

|  |
| --- |
| **Strategie:** |
| Hebt u een winnende aspiratie geformuleerd? |
| Weet u waar u wilt concurreren (= uw speelveld)? |
| Weet u hoe u wilt winnen op dat speelveld? |
| Weet u welke “capabilities” en management systemen u nodig heeft om uw winnende aspiratie op dat speelveld te realiseren? |
|  |
| **Systemen:** |
| Welke key processen gaan anders lopen? |
| Hebt u een effectief systeem om de voortgang van de realisatie van het doel te volgen? |
| Sluiten uw systemen aan bij uw informatiebehoeften? |
|  |
| **Klanten:** |
| Sluit het doel aan op de verwachtingen van uw belangrijkste klanten? |
| Sluit het doel aan op wat uw belangrijkste klanten bezig houdt? |
| Heeft het doel effect op de criteria van het meten van de tevredenheid van uw klanten? |
| Krijgt u als u het doel realiseert meer ambassadeurs? |
|  |
| **Medewerkers:** |
| Welke kwaliteiten en talenten van uw medewerkers zijn belangrijk voor de realisatie van uw doel? |
| Voelen uw medewerkers zich hierdoor meer thuis? |
| Hoe beïnvloedt het doel de motivatie van uw medewerkers?  |
| Hoe besteedt u aandacht aan de waardering van uw medewerkers?  |
|  |
| **Innovatie:** |
| Heeft het doel effect op de kwaliteit van uw producten en diensten? |
| Is nog meer research nodig om innovatieve producten en diensten op de markt te zetten? |
| Als innovatie belangrijk is, hanteert u een proces dat innovatie stimuleert? |
| Hebben leiding en medewerkers een houding van voortdurend verbeteren? |
|  |
| **Leiderschap:** |
| Wat is de relatie van het doel met uw missie en visie? |
| Communiceert u uw strategische aandachtspunten aan uw medewerkers op een manier die uitdaagt en inspireert? |
| Communiceert u duidelijk en direct, ook in moeilijke situaties? |
| Stimuleert u uw medewerkers om het beste uit zichzelf te halen? |
|  |
| **Cultuur:** |
| Hebt u een uitdagend doel, die met meer van hetzelfde niet haalbaar is? |
| Spreken de medewerkers elkaar aan op ongewenst gedrag? |
| Is de onderneming geld gedreven? |
| Regeert de hectiek van de dag? |
|  |
| **Social media:** |
| Hebt u een effectieve social media strategie? |
| Hebt u een effectief luisterstation ingericht? |
| Meet u de effecten van uw inspanningen op social media? |
| Zijn uw medewerkers voldoende getraind op social media? |
|  |
| **Verkopen:** |
| Hebt u een herhaalbaar proces om leads om te zetten in opdrachten? |
| Meet u de effectiviteit van uw verkopers? |
| Verdiepen uw verkopers zich voldoende in de situatie bij hun klanten? |
| Wat hebben individuele verkopers te leren om het doel te bereiken? |
|  |
| **Marketing:** |
| Hebt u een effectief leadgeneratie programma dat een continue stroom leads van hoge kwaliteit oplevert? |
| Maakt uw onderneming gebruik van meerdere kanalen om leads te genereren? |
| Hebben uw marketing boodschappen de gewenste impact op toekomstige klanten? |
| Hebt u de criteria van uw ideale klant beschreven? |
|  |

Trek voldoende tijd uit om al deze aspecten met een team goed door te nemen en van daaruit gezamenlijk een plan te maken om uw doel te realiseren. U zult ontdekken dat alle aspecten onderling met elkaar samenhangen om uw doel te bereiken.

Ik wens u veel succes met de realisatie van uw doel.

Als u denkt: Ja, het klinkt logisch, maar hoe krijg ik het voor elkaar om samen met mijn team een inspirerend plan te maken, dan kunt u zich door mij laten begeleiden. Ik heb hier veel ervaring mee.

Wilt u meer weten, klik dan op: <http://www.ondernemenvanuitpassie.nl/deleidingnemen>