



Bedrijfsanalyse (Assessment)



Bedrijfsanalyse (Assessment)

Assessment van uw bedrijf

Structureel succes en bedrijfsresultaat vragen om een uitgekiende strategie en optimale samenhang tussen markt, strategie, organisatie en bedrijfsvoering. Wat dat voor uw organisatie betekent blijkt haarfijn uit een analyse volgens het Assessment-model. Uiteindelijk gaat het om de continuïteit van uw onderneming !

Scan uw bedrijf - meer resultaat en meer rendement

Uit onderzoek blijkt dat bedrijven die innovatief georganiseerd zijn 19% meer omzet hebben, 10 % meer winst maken en 6% meer tevreden klanten hebben dan niet-innovatieve organisaties. Inzicht geeft uitzicht voor uw onderneming. Het is belangrijk dat u precies weet waar u staat met uw onderneming, waar u naar toe wilt en welke koers u moet varen. Wij kunnen u hierbij verder helpen

Wij analyseren alle 'drivers' die bepalend zijn voor het falen of het succes van uw onderneming en geven aan welke processen verder geprofessionaliseerd dienen te worden. Dat kan confronterend zijn, maar is bovenal verhelderend. De analyse geeft helder aan waar winst te behalen valt.

De instrumenten en diensten die wij vervolgens samen met uw management en medewerkers daarvoor ontwikkelt, worden modulair inzetbaar geïmplementeerd. En geperfectioneerd tot de eerste successen een feit zijn. Die garantie heeft u.

In een aantal sessies met u en uw medewerkers worden antwoorden geformuleerd op cruciale vragen. De analyse die op basis van die antwoorden wordt gemaakt, is het fundament voor de aanscherping van uw strategie en de concrete vertaling naar de werkpraktijk en zal onherroepelijk leiden tot meetbare verbetering van uw bedrijfsvoering en bedrijfsresultaten, zowel waar het de 'Quick Wins' betreft, als voor de langere termijn!

Analyse Markt

Afnemers - Concurrenten

- Weet u wie uw klanten zijn? Kunt u hierin groepen gelijksoortige klanten onderscheiden? Weet u wat precies de behoeften van de klanten zijn in elk marktsegment?
- Hoe veranderen de behoeften van uw klanten in de toekomst? Hoe afhankelijk bent u van enkele grote afnemers? Hoe gemakkelijk is het voor uw klanten om van leverancier te veranderen?
- In hoeverre bent u op de hoogte van de ware behoeften van uw klanten en van zijn wensen en problemen? Ziet u mogelijkheden voor groei door het acquireren van nieuwe klanten?
- Is er sprake van samenhang tussen de productgroepen en marktsegmenten onderling? In welke mate?
- In hoeverre heeft u inzicht in de (winst)bijdrage per productgroep en marktsegment? Is er sprake van interne subsidiëring van de ene productgroep naar de andere door een te grove toerekening van algemene kosten?
- Weet u wie uw belangrijkste concurrenten zijn en hoe deze zich van elkaar en van u onderscheiden?
- Kunt u uw concurrenten benoemen in termen van geschat omzetaandeel, winstgevendheid en waar ze goed of slecht in zijn ten opzichte van uw onderneming?
- Hoe groot is de kans op nieuwe concurrentie (toetreders, substituten, buitenland)?
- Hoe vernieuwend zijn uw concurrenten ten opzichte van uw onderneming?
- Hoe intensief ervaart u de concurrentie? Groeit de markt momenteel?

Analyse Richting

Missie - doelstellingen - strategie

- Heeft uw organisatie een helder beeld over de toekomst?
- Is er een helder en aantoonbaar onderscheidend vermogen?
- Welke waarde levert u aan uw klanten?
- Is dit vastgelegd in een voor iedereen duidelijke missie en strategie?

- Zijn uw operationele doelstellingen duidelijk en goed geborgd in de strategie van de organisatie?
- Op welke markten of gebieden wilt u excelleren, met welke kritische kerncompetenties en met welk concreet resultaat?
- Welke verkoopmiddelen en kanalen zijn daarbij het meest effectief?

Analyse Organisatie

Structuur - leiderschap - cultuur

- Hoe is het gesteld met de structuur van uw organisatie?
- Sluit deze aan op uw strategie en is deze dus voorbereid op de toekomst?
- Is de leiderschapsstijl voldoende resultaatgericht en is deze te samen met de cultuur binnen uw organisatie een afspiegeling van uw strategie en doelstellingen?
- Heeft u de doelstellingen vertaald in de juiste competenties, kwaliteit en kwantiteit van uw personele bezetting?
- Zijn functies, taken en verantwoordelijkheden helder geformuleerd en verankerd in een professionele aanpak van instroom, doorstroom en uitstroom?
- Heeft u binnen uw organisatie de risico's (hoe eerder de fouten in het proces ontstaan des te hoger zijn de kosten om ze te herstellen) afgedekt?
- In welke mate zijn resultaatgerichtheid, klantgerichtheid en teamwork verankerd richting het realiseren van uw doelen?

Analyse Sturing

Plannen - prestaties - klanttevredenheid

- Heeft men binnen uw onderneming het vermogen om de strategie te vertalen naar heldere plannen met concrete acties en processtappen?
- Op welke wijze heeft u bijvoorbeeld het verkoopproces of de werkprocessen ingericht?
- Hanteert u accountplannen voor uw grote en veelbelovende klanten?
- Hoe staat het met de klant tevredenheid en op welke wijze meet u de prestaties van uw medewerkers in dit kader?
- Leiden plannen daadwerkelijk tot het gewenste gedrag en worden ze periodiek getoetst?
- Bewerkt u eigenlijk uw klanten wel met de meest effectieve verkoop/marketingmix?
- In hoeverre wordt gemeten wat klanten relevant vinden en hoe uw organisatie daarop scoort? Wat wordt er gedaan met deze informatie?

Analyse Operatie

Processen - Human Capital - Instrumenten - CRM

Het is in de operatie waar het allemaal gebeurt, het contact met de klant en de vertaalslag van de strategie en doelstellingen naar concrete acties. In de operatie zitten de meeste potentiële Quick Wins.

- Haalt u voldoende rendement uit uw Human Capital?
- Daalt of stijgt de opbrengst per medewerker?
- Weet u wat uw medewerkers kosten en wat deze u op moeten leveren?
- Heeft u uw kennis c.q. klanteninformatie centraal in een database verzameld en goed gedocumenteerd of zit alles in de hoofden van uw medewerkers met alle risico's van dien?
- Zijn er concrete methodieken omschreven voor werving, behoud en uitbouw van (nieuwe) klanten?
- Is er een heldere relatie tussen uw beloningsmethodiek en uw doelen en strategie?
- Zijn de noodzakelijke instrumenten ontwikkeld om uw bedrijfsresultaten te optimaliseren en uw medewerkers maximaal te ondersteunen (procesbeschrijvingen, scripts, presentatiemateriaal, klantcontact, unieke kenmerken vertaald naar klantvoordelen etc.)?
- Ondersteunt of belemmert uw ICT het operationele proces?

Binnen maximal twee weken duidelijkheid

Analyse en diagnose van uw bedrijfsvoering op basis van het Assessment Model neemt inclusief voorbereiding, de sessies met u en uw medewerkers, uitwerking en presentatie niet meer dan 2 weken in beslag en wanneer mogelijk zelfs minder.