

Fit4Future

Strategische analyse
toekomstbestendigheid

VOORBEELD B.V.



Toekomstbestendigheid: waarom, hoe en wat

Waarom de focus op toekomstbestendigheid?

Ontdek waarom toekomstbestendigheid cruciaal is voor uw organisatie!

Historisch gezien blijken de omstandigheden waarin bedrijven opereren allesbehalve stabiel. De wereld om ons heen evolueert voortdurend, en met de digitale revolutie versnellen veranderingen exponentieel. Big data, complexe algoritmes en disruptieve businessmodellen creëren een dynamisch speelveld.

Vandaag de dag een succesvol bedrijf hebben is geen garantie voor morgen. In rap tempo kunt u door deze ontwikkelingen uit de markt worden gedrukt. Daarom is aandacht voor toekomstbestendigheid van essentieel belang.

Laat uw organisatie niet overrompelen door de snelheid van verandering. Kies voor een strategische focus op de lange termijn en bereid uw bedrijf voor op duurzaam succes in deze steeds veranderende wereld.

Hoe houdt u de toekomstbestendigheid in de gaten?

Toekomstbestendigheid is essentieel voor uw organisatie, maar hoe houdt u deze waarborg actief in de gaten?

De tijd van onbezorgd vooruitkijken na strategische planning is voorbij. Strategisch management vraagt continue aandacht. Moet u dan 24/7 aan strategie werken? Nee, gelukkig niet. Operationeel en tactisch management blijven belangrijk. Maar, strategie verdient een vaste plek op het managementoverleg - een cruciale focus die soms ontbreekt.

De eerste stap is reeds gezet met uw deelname aan de uitgebreide [Fit4Future](#) survey. Deze waardevolle input vormt de basis om periodiek te evalueren, aan te passen en proactief in te spelen op veranderingen. Houd uw organisatie veerkrachtig en toekomstgericht. Ontdek de volgende stappen met [Fit4Future](#).

Wat houdt deze analyse in?

Met de evaluatie van meer dan 130 stellingen in de [Fit4Future](#) survey heeft u ons cruciale inzichten verschaft over de positie van uw organisatie in termen van toekomstbestendigheid. Deze gegevens zijn verwerkt tot een diepgaande analyse, die de organisatiescore beschrijft op negen strategische kenmerken met daaronder 34 verschillende strategische aspecten.

Deze analyse wordt overzichtelijk gepresenteerd in een dashboard, waardoor duidelijk wordt welke parameters specifieke aandacht vereisen om uw organisatie toekomstbestendiger te maken.

Na de analyse volgt een advies, waarin de prioriteiten worden aangewezen om daadwerkelijk aan de slag te gaan met het versterken van de toekomstbestendigheid van uw organisatie.

Hoewel dit een momentopname betreft, een nulmeting, zorgt [Fit4Future](#) ervoor dat uw organisatie regelmatig wordt onderzocht om de vinger aan de pols te houden op het gebied van toekomstbestendigheid.

Ontdek de verschillende mogelijkheden die [Fit4Future](#) biedt om uw organisatie tijdens dit traject te ondersteunen.

De basis van het Fit4Future model

Binnen deze analyse wordt gebruik gemaakt van het **Fit4Future** toekomstbestendighedsmodel. Dit model is gefundeerd op een strategisch model dat door de auteurs Dr. Ir. Norbert Greveling en Ir. Roland Bushoff is beschreven in hun boek 'Strategisch managen in turbulente tijden' (ISBN 978 94 6276 282 4). Voorafgaand aan de analyse van de data van VOORBEELD B.V. volgt er eerst een korte toelichting op het model.

Voor de **toekomstbestendigheid** van uw organisatie is het van belang dat deze gezond is en aantrekkelijk gevonden wordt. Gezondheid en aantrekkelijkheid zijn de twee hoofddimensies binnen het model.

De **gezondheid** van uw organisatie gaat om de wijze waarop deze omgaat met haar belanghebbenden. Hierbij gaat het dus niet alleen over financiële gezondheid maar ook over zaken zoals bijvoorbeeld het beschikken over voldoende capaciteit, het hebben van een laag ziekteverzuim en een hoge klanttevredenheid.

De **aantrekkelijkheid** betreft de kenmerken die uw organisatie in staat stellen om de gewenste belanghebbenden aan zich te binden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het aantrekken van de beste klanten, medewerkers en investeerders.

Deze belanghebbenden spelen een belangrijke rol in hoe de organisatie zich kan ontwikkelen en zijn binnen het model verdeeld over twee domeinen. Het **businessdomein**, met daarbinnen **klanten** en **businesspartners**, betreft de meer zakelijke kant. De meer collectieve / persoonlijke kant wordt door **medewerkers** en **stakeholders** gevormd in het **organisatiedomein**. Onder de stakeholders worden begrepen:

Deze hier bovenin het blauw gemarkeerde begrippen vormen samen het raamwerk van het model.

Binnen dit raamwerk zijn de negen strategische **kenmerken** geplaatst, gekoppeld aan de relevantie van en uw prestatie op deze kenmerken. De **relevantie** geeft aan op een schaal van 1 tot 5 hoe relevant u dit kenmerk hebt aangemerkt, specifiek voor uw organisatie. De **prestatie** geeft op een schaal van 1 tot 5 aan hoe goed uw organisatie presteert op dit kenmerk. Een kenmerk is vervolgens weer opgebouwd uit 2 of 4 **aspecten**. Voor elk individueel aspect wordt in het dashboard ook uw relevantie en uw prestatie weergegeven. De kleurstelling binnen het dashboard geeft intuïtief aan waar de potentieel sterke (groen) en zwakke (rood) plekken binnen de toekomstbestendigheid van uw organisatie zich bevinden.

In het advies dat volgt op de analyse wordt aangegeven welke kenmerken met de hoogste **prioriteit** aangepakt kunnen worden. Deze prioritering is opgebouwd vanaf de onderliggende aspecten. Prioriteit is een combinatie van prestatie en relevantie, waarbij een hoge relevantie gecombineerd met een lage prestatie leidt tot een hoge prioriteit. Ook hier geeft de kleurstelling intuïtief aan waar de meeste winst te halen valt.

		Toekomstbestendigheid	
		Gezondheid	Aantrekkelijkheid
Businessdomein	Klant		
	Businesspartner		
Organisatiedomein	Medewerker		
	Stakeholder		

		Prestatie	Relevantie	Kenmerk	Aspect	Prestatie	Relevantie
		Organisatiedomein	Medewerker			3,4	2,9
				Energie	3,0	2,0	
				Potentieel	3,7	2,6	
				Samenwerking	3,6	3,4	

		Kenmerk	Aspect	Prioriteit
		Klant	Slagvaardigheid	Zichtbaar
Commercieel effectief	18			
Flexibel	10			
Toegankelijk	15			

Dashboard toekomstbestendigheid

Dit is het [Fit4Future](#) toekomstbestendighheids-dashboard voor VOORBEELD B.V. Dit plaatje geeft als een snapshot de huidige status van de toekomstbestendigheid van uw organisatie weer. Een momentopname en het resultaat van de door u ingevulde [Fit4Future](#) survey met ruim 130 stellingen. Dit dashboard heeft uw input vertaald naar negen strategische kenmerken met onderliggend 34 verschillende aspecten. Dit dashboard geeft u ook het inzicht in welke aspecten prioriteit hebben om de toekomstbestendigheid van VOORBEELD B.V. te verbeteren.

In de volgende pagina's van dit rapport wordt in meer detail ingegaan op verschillende delen van dit dashboard.

		Toekomstbestendigheid													
		Gezondheid					Aantrekkelijkheid								
		Prestatie	Relevantie	Kenmerk	Aspect	Prestatie	Relevantie	Prestatie	Relevantie	Kenmerk	Aspect	Prestatie	Relevantie		
Businessdomein	Klant	2,6	4,6	Slagvaardigheid	Zichtbaar	1,9	4,5	3,1	3,8	Onderscheidend vermogen	Portfolio/aanbod	3,5	3,6	Klant	Businessdomein
					Commercieel effectief	1,8	4,3				Kanalen	2,9	4,0		
					Flexibel	3,8	4,6				Inkomstenbronnen	3,0	3,2		
					Toegankelijk	2,9	4,9				Segmentatie	3,0	4,5		
	Businesspartner	3,0	3,6	Fitheid	Productief	3,2	3,9	3,3	3,1	Ondernemend	Bedrijfsspel	3,4	4,5	Businesspartner	Businessdomein
					Uithoudingsvermogen	3,5	3,9				Businesspartnerships	3,3	2,0		
					Schaalbaar	2,3	3,3				Bedrijfsprocessen	2,8	3,2		
					Krachtig	2,8	3,1				Bedrijfsmiddelen	3,6	2,8		
Organisatie-domein	Medewerker	3,4	2,9	Vitaliteit	Innovatief	3,4	3,5	3,6	2,8	Uitdaging	Functies en rollen	3,1	2,4	Medewerker	Organisatie-domein
					Energie	3,0	2,0				Arbeidsvoorwaarden	4,0	3,5		
					Potentieel	3,7	2,6				Talentontwikkeling	3,5	2,5		
					Samenwerking	3,6	3,4				Leiding	3,6	2,8		
	Stakeholder	2,9	3,9	Betrokkenheid	Betrouwbaar	3,9	4,3	3,7	3,1	Gecommitteerd	Besturing	3,8	3,3	Stakeholder	Organisatie-domein
					Sensitief	3,0	3,1				Constructie (fin./jur.)	4,1	2,9		
					Invloedrijk	1,7	3,8				Beleid	3,3	2,2		
					Daadkrachtig	3,2	4,2				Investerings	3,7	4,0		

De begrippenlijst aan het einde van dit rapport bevat aanvullende toelichting op de gebruikte begrippen.

Analyse gezondheid

De gezondheid van uw organisatie draait om de interactie met belanghebbenden, met focus op twee kernkenmerken in het businessdomein: slagvaardigheid en fitheid. **Slagvaardigheid** meet hoe effectief de organisatie opereert in klantrelaties, met aandacht voor zichtbaarheid, commerciële effectiviteit, flexibiliteit en toegankelijkheid. Hoewel u aangeeft dat deze aspecten cruciaal zijn, blijkt de prestatie op vooral zichtbaarheid en commerciële effectiviteit relatief laag, wat ruimte biedt voor verbetering.

Fitheid evalueert de capaciteit en middeleninzet van de organisatie, waarbij productiviteit, uithoudingsvermogen, schaalbaarheid en kracht centraal staan. Uw organisatie toont een gemiddelde relevantie, met bovengemiddelde prestaties, behalve op het opmerkelijk lage aspect van schaalbaarheid. Kortom, kansen voor verbetering zijn evident om de gezondheid van uw organisatie te versterken. Ontdek samen met ons de weg naar een nog gezondere en veerkrachtigere toekomst.

In het organisatiedomein draait gezondheid om vitaliteit en betrokkenheid. **Vitaliteit** reflecteert de interactie van de organisatie met medewerkers, met aandacht voor innovatie, energie, potentie en samenwerken. U geeft aan dat deze aspecten gemiddeld relevant zijn, maar uw prestaties overstijgen het gemiddelde, met uitzondering van de lage relevantie voor energie, wat een kans biedt voor optimalisatie.

Betrokkenheid belicht hoe de organisatie omgaat met essentiële stakeholders, waarbij betrouwbaarheid, sensitiviteit, invloed uitoefenen en daadkracht centraal staan. Uw organisatie toont een hoge relevantie, met prestaties op een gemiddeld niveau, behalve op het opvallend lage aspect van invloedrijk. Ontdek met ons de mogelijkheden om deze kansen te benutten en de gezondheid van uw organisatie te versterken voor een florerende toekomst.

		Gezondheid					
		Prestatie	Relevantie	Kenmerk	Aspect	Prestatie	Relevantie
Businessdomein	Klant	2,6	4,6	Slagvaardigheid	Zichtbaar	1,9	4,5
					Commercieel effectief	1,8	4,3
					Flexibel	3,8	4,6
					Toegankelijk	2,9	4,9
	Businesspartner	3,0	3,6	Fitheid	Productief	3,2	3,9
					Uithoudingsvermogen	3,5	3,9
					Schaalbaar	2,3	3,3
					Krachtig	2,8	3,1

Organisatiedomein	Medewerker	3,4	2,9	Vitaliteit	Innovatief	3,4	3,5
					Energie	3,0	2,0
					Potentieel	3,7	2,6
					Samenwerking	3,6	3,4
	Stakeholder	2,9	3,9	Betrokkenheid	Betrouwbaar	3,9	4,3
					Sensitief	3,0	3,1
					Invloedrijk	1,7	3,8
					Daadkrachtig	3,2	4,2

Analyse aantrekkelijkheid

De essentie van aantrekkelijkheid ligt in de kenmerken die uw organisatie in staat stellen om de gewenste belanghebbenden te binden. Binnen het businessdomein spelen twee sleutelkenmerken een rol: onderscheidend vermogen en ondernemendheid.

Onderscheidend vermogen meet de mate waarin uw organisatie zich onderscheidt van concurrenten richting klanten, met aandacht voor portfolio/aanbod, kanalen, inkomstenbronnen en segmentatie. U erkent de cruciale relevantie van deze aspecten, maar uw prestatie bevindt zich op een gemiddeld niveau, wat kansen biedt voor optimalisatie.

Ondernemendheid reflecteert de mate waarin uw organisatie een ondernemende houding aanneemt jegens zakelijke partners, met aandacht voor marktregels, het aangaan van partnerships, bedrijfsprocessen en bedrijfsmiddelen. Zowel de relevantie als prestatie op deze aspecten liggen volgens uw evaluatie op een gemiddeld niveau, met uitzondering van de opvallend lage relevantie voor businesspartnerships. Ontdek samen met ons hoe deze inzichten kunnen leiden tot groei en bloei van uw organisatie.

Het **zingevende** kenmerk, verbonden met ambities en drijfveren, vormt het fundament van uw organisatie. Het richt zich op het hogere doel van uw organisatie, verankerd in missie, visie, doelen en kernwaarden.

Ambities belichten de essentie van de missie - waarom uw organisatie bestaat - en de visie - hoe uw organisatie deze missie realiseert. Drijfveren omvatten de gestelde doelen en kernwaarden die de organisatie richting geven.

U waardeert het zingevende kenmerk van VOORBEELD B.V. hoog. Hoewel drijfveren iets lager worden gewaardeerd dan ambities, bevinden beide zich binnen het groene spectrum. Dit bevestigt de sterke verankering van uw organisatie in een betekenisvolle en ambitieuze koers. Ontdek met ons hoe deze sterke basis kan leiden tot verdere groei en succes.

Binnen het organisatiedomein draait aantrekkelijkheid om de kenmerken uitdaging en gecommiteerdheid. **Uitdaging** meet in hoeverre uw organisatie aantrekkelijk is voor medewerkers, met focus op functies/rollen, arbeidsvoorwaarden, talentontwikkeling en leiderschap. Hoewel u aangeeft dat deze aspecten beperkt relevant zijn, overstijgt uw prestatie opmerkelijk genoeg het gemiddelde niveau.

Gecommiteerdheid reflecteert hoe uw organisatie zich inzet voor de relevante thema's van belangrijke stakeholders, met aandacht voor besturing, financieel/juridische constructies, beleid en investeringen. Uw organisatie toont een gemiddelde relevantie, terwijl de prestatie bovengemiddeld is, met uitzondering van de opvallend lage relevantie voor beleid. Ontdek met ons hoe deze sterke punten kunnen leiden tot een nog aantrekkelijker en geëngageerde organisatie.

Aantrekkelijkheid							
Prestatie	Relevantie	Kenmerk	Aspect	Prestatie	Relevantie		
3,1	3,8	Onderscheidend vermogen	Portfolio/aanbod	3,5	3,6	Klant	Businessdomein
			Kanalen	2,9	4,0		
			Inkomstenbronnen	3,0	3,2		
			Segmentatie	3,0	4,5		
3,3	3,1	Ondernemend	Bedrijfsspel	3,4	4,5	Businesspartner	Businessdomein
			Businesspartnerships	3,3	2,0		
			Bedrijfsprocessen	2,8	3,2		
			Bedrijfsmiddelen	3,6	2,8		
4,0	3,4	Zingevend	Ambities	4,1	3,9		
			Drijfveren	3,9	2,9		
3,6	2,8	Uitdaging	Functies en rollen	3,1	2,4	Medewerker	Organisatiedomein
			Arbeidsvoorwaarden	4,0	3,5		
			Talentontwikkeling	3,5	2,5		
			Leiding	3,6	2,8		
3,7	3,1	Gecommiteerd	Besturing	3,8	3,3	Stakeholder	Organisatiedomein
			Constructie (fin./jur.)	4,1	2,9		
			Beleid	3,3	2,2		
			Investeringen	3,7	4,0		

Advies versterking toekomstbestendigheid

Het Toekomstbestendigheidsdashboard biedt inzicht in hoe u de toekomstbestendigheidskennmerken van uw organisatie beoordeelt en hoe uw prestaties daarop zijn. Lagere prestaties op minder relevante onderdelen hebben natuurlijk minder impact dan lage prestaties op relevante aspecten. Dit advies geeft prioriteit aan kenmerken op basis van de combinatie van relevantie en prestatie, waarbij het kleurverloop van rood naar groen laat zien waar de grootste winst te behalen valt.

1. Voor VOORBEELD B.V. staat **slagvaardigheid** bovenaan als hoogste prioriteit, met een focus op de interactie met klanten. Binnen dit kenmerk liggen aanzienlijke verbeterkansen op het gebied van zichtbaarheid, commerciële effectiviteit en toegankelijkheid. Deze aspecten zijn niet alleen zeer relevant, maar vertonen ook momenteel een lagere prestatie.
2. **Betrokkenheid** neemt de tweede plek in, gericht op de omgang met belangrijke stakeholders, met specifieke aandachtspunten voor invloed en daadkracht..
3. **Onderscheidend vermogen** komt als derde kenmerk aan bod, met een initiële focus op de aspecten segmentatie en kanalen om hier verbeteringen aan te brengen.
4. **Fitheid** is vooralsnog het laatste aandachtspunt, waarbij winst te behalen valt op alle onderliggende aspecten, met schaalbaarheid en productiviteit als lichte uitschieters.

Ontdek met ons gerichte strategieën om elk kenmerk te versterken en uw organisatie succesvol en toekomstbestendig te maken..

De begrippenlijst aan het einde van dit rapport geeft u nog aanvullende toelichting op de gebruikte begrippen.

		Toekomstbestendigheid								
		Gezondheid			Aantrekkelijkheid					
		Kenmerk	Aspect	Prioriteit	Prioriteit	Resultaat gebied	Kenmerk			
Businessdomein	Klant	Slagvaardigheid	Zichtbaar	18	9	Portfolio/aanbod	Onderscheidend vermogen	Klant	Businessdomein	
			Commercieel effectief	18	13	Kanalen				
			Flexibel	10	10	Inkomstenbronnen				
			Toegankelijk	15	14	Segmentatie				
	Businesspartner	Fitheid	Productief	11	12	Bedrijfsspel	Ondernemend	Businesspartner	Businessdomein	
			Uithoudingsvermogen	10	5	Businesspartnerships				
			Schaalbaar	12	10	Bedrijfsprocessen				
			Krachtig	10	7	Bedrijfsmiddelen				
					7	Ambities				Zingevend
					6	Drijfveren				
Organisatie domein	Medewerker	Vitaliteit	Innovatief	9	7	Functies en rollen	Uitdaging	Medewerker	Organisatie domein	
			Energie	6	7	Arbeidsvoorwaarden				
			Potentieel	6	6	Talentontwikkeling				
			Samenwerking	8	7	Leiding				
	Stakeholder	Betrokkenheid	Betrouwbaar	9	7	Besturing	Gecommitteerd	Stakeholder	Organisatie domein	
			Sensitief	9	5	Constructie (fin./jur.)				
			Invloedrijk	17	6	Beleid				
			Daadkrachtig	12	9	Investerings				

Hoe nu verder met dit advies?

Gefeliciteerd met de stappen die u al heeft genomen op weg naar een toekomstbestendige organisatie! Uw interesse heeft geleid tot het invullen van de uitgebreide **Fit4Future** check en heeft geresulteerd in dit gedetailleerde rapport met waardevolle analyse en advies. Maar hoe gaat u nu verder?

- Als u voldoende kennis heeft over de aspecten die u wilt aanpakken, biedt dit rapport een solide leidraad voor zelfstandige verbeteringen. U kunt direct aan de slag gaan en de inzichten gebruiken om gerichte acties te ondernemen.
- Mocht u echter behoefte hebben aan extra begeleiding of kennis, dan biedt Fit4Future **Fit4Future** de online training "Strategisch bouwen aan een toekomstbestendige organisatie" aan. Deze training is nauw afgestemd op de analyse die u heeft ontvangen en biedt verdere verdieping op de benodigde aspecten.
[Klik hier voor meer informatie over deze training.](#)
- Voor diegenen die maatwerk en persoonlijke begeleiding prefereren, biedt Fit4Future op maat gesneden adviestrajecten aan. Hiermee kunt u op specifieke punten in uw organisatie gericht werken aan toekomstbestendigheid. Neem de volgende stap naar een bloeiende toekomst en ontdek welke mogelijkheid het beste past bij uw behoeften.
[Klik hier voor meer informatie over maatwerk.](#)

Deze analyse is opgebouwd uit de survey data van één enkel persoon uit uw organisatie op één moment. Ook hierop biedt **Fit4Future** u uitgebreidere opties.

- Er is een mogelijkheid voor een team analyse. Hierbij wordt de survey door meerdere personen tegelijkertijd ingevuld. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een volledig managementteam of een diverse groep uit alle geledingen van uw organisatie. De analyse wordt dan uitgebreid met een verschillenanalyse, die tot zeer verhelderende inzichten kan leiden.
[Klik hier voor meer informatie over de team analyse.](#)
- Een enkele meting is een momentopname. Als u aan de gang gaat met het verbeteren van de toekomstbestendigheid van uw organisatie, dan is het wenselijk om de meting naar verloop van tijd te herhalen. **Fit4Future** biedt hiervoor de optie op een abonnement op de **Fit4Future** analyse voor 1 of 2 metingen per jaar.
[Klik hier voor meer informatie over de abonnementen.](#)

Bijlage begrippenlijst

Aantrekkelijkheid: De dimensie die de toekomstbestendigheidskennmerken bevat die een organisatie in staat stelt om de gewenste belanghebbenden aan te trekken.

Ambities: het aspect dat gaat over onder meer de missie en de visie van de organisatie.

Arbeidsvoorwaarden: het aspect dat gaat over onder meer arbeidsomstandigheden, beloningsbeleid en werksfeer.

Bedrijfsmiddelen: het aspect dat gaat over de capaciteit en kwaliteit van de bedrijfsmiddelen en het personeel (human capital).

Bedrijfsprocessen: het aspect dat gaat over de efficiëntie, effectiviteit, kwaliteit en flexibiliteit van de voortbrengingsprocessen binnen een organisatie.

Bedrijfsspel: het aspect dat gaat over hoe het 'spel' in de markt gespeeld wordt tussen klanten en concurrenten. Het op een passende wijze de klanten weten te benaderen.

Beleid: het aspect dat gaat over onder meer duurzaamheid, diversiteit en privacy.

Besturing: het aspect dat gaat over de besturing van de organisatie met betrekking tot de geldende regelgeving.

Betrokkenheid: hoe de organisatie omgaat met haar belangrijke stakeholders: betrouwbaarheid, sensitief, invloed uitoefenen en het tonen van daadkracht.

Betrouwbaar: het aspect dat gaat over afspraken en toezeggingen nakomen.

Businesspartners: de externe partijen waarmee de organisatie samenwerkt. Dit zijn bijvoorbeeld: belangrijke leveranciers, distributeurs en partners op allerlei strategisch belangrijke zaken.

Businesspartnerships: het aspect dat gaat over het uitbesteden van voortbrengingsprocessen en de relaties die daarvoor aangegaan worden.

Commercieel effectief: het aspect dat gaat over onder meer voldoende omzet, marge, marktaandeel en het hebben van een effectieve verkoopstrategie.

Constructie: het aspect dat gaat over de financieel juridische overeenkomsten die de organisatie heeft gesloten met haar stakeholders.

Daadkrachtig: het aspect dat gaat over onder meer het snel en doortastend kunnen inspelen op veranderingen, duidelijk en transparant communiceren, doelen stellen en deze halen.

Drijfveren: het aspect dat gaat over onder meer de kernwaarden en de gestelde doelen binnen de organisatie.

Energie: het aspect dat gaat over onder meer personeelsverloop, verzuim en medewerkerstevredenheid.

Fitheid: de mate waarin de organisatie capaciteit en middelen kan inzetten: productief, uithoudingsvermogen, schaalbaarheid en kracht.

Flexibel: het aspect dat gaat over onder meer in kunnen spelen op wensen van de

klant en op veranderingen in de afzetmarkt (specificaties en volume)

Functies en rollen: het aspect dat gaat over onder meer taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden zoals toegekend binnen de personele organisatie.

Gecommitteerd: de mate waarin de organisatie zich committeert aan relevante thema's van haar belangrijke stakeholders: regelgeving, financieel/juridische constructies, beleid en investeringen.

Gezondheid: in brede zin de wijze waarop een organisatie omgaat met haar belanghebbenden. De dimensie die de toekomstbestendigheidskennmerken bevat die te maken hebben met het welzijn van organisatie zelf.

Inkomstenbronnen: het aspect dat gaat over het niet afhankelijk zijn van een enkel product/dienst.

Innovatief: het aspect dat gaat over het bezitten van veel know-how, patenten en het gericht bezig zijn met innovatie.

Investeringen: het aspect dat gaat over het kunnen beschikken over voldoende middelen/mogelijkheden om investeringen te kunnen doen en projecten te kunnen uitvoeren.

Invloedrijk: het aspect dat gaat over het hebben van impact op het werkveld, via bijvoorbeeld social media en branche gerelateerde stakeholders.

Kanalen: het aspect dat gaat over het op een optimale manier weten te bereiken van de klanten, het binden van klanten en het verzamelen van relevante data.

Klanten: de uiteindelijke afnemers van onze producten en/of diensten.

Krachtig: het aspect dat gaat over onder meer over het hebben van degelijke en moderne productiemiddelen en het verzamelen, bezitten en analyseren van data.

Leiding: het aspect dat gaat over het management en het leiderschap binnen de organisatie.

Medewerkers: niet alleen de personeelsleden in loondienst van de organisatie, maar ook gedetacheerden en zzp-ers die regelmatig ingezet worden.

Ondernemend: de mate waarin de organisatie een ondernemende houding aanneemt richting haar business partners: de spelregels in de markt, partnerships aangaan, bedrijfsprocessen en bedrijfsmiddelen.

Onderscheidend: de mate waarin de organisatie in staat is zich te onderscheiden van de concurrentie richting klanten: portfolio, kanalen, contractvormen en segmentatie.

Portfolio/aanbod: het aspect dat gaat over onder meer het kunnen vervullen van het klantverlangen, het leveren van unieke meerwaarde, onderscheidend zijn in de markt met producten, diensten, services en verkoopconcepten.

Potentieel: het aspect dat gaat over de opbouw van het personeelsbestand, werkhouding, inzetbaarheid van medewerkers en talentontwikkeling.

Productief: het aspect dat gaat over onder meer de efficiëntie en effectiviteit van uw voortbrengingsprocessen (van producten en/of diensten), levertijden en kwaliteit.

Samenwerking: het aspect dat met betrekking tot medewerkers gaat over cultuur, conflicten, het werken volgens de regels en samenwerken.

Schaalbaar: het aspect dat gaat over de mogelijkheden om het voortbrengingsproces op en af te kunnen schalen afhankelijk van de marktomstandigheden.

Segmentatie: het aspect dat gaat over het optimaal kunnen bedienen van klanten op basis van specifieke doelgroepkennmerken.

Sensitief: het aspect dat gaat over onder meer het weten wat er in de business speelt en de omgang met belangrijke stakeholders.

Slagvaardigheid: de mate waarin de organisatie opereert in relatie tot klanten: zichtbaar, commercieel effectief, flexibel en toegankelijk.

Stakeholders: externe belanghebbenden van de organisatie. Invloedrijke partijen die een financieel, sociaal, maatschappelijk of politiek belang hebben in de organisatie.

Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld: aandeelhouders, banken, investeerders, overheden, vakbonden en belangengroeperingen.

Talentontwikkeling: het aspect dat gaat over onder meer opleidingsmogelijkheden en ontwikkelingsplanning.

Toegankelijk: het aspect dat gaat over de wijze waarop de klant u kan benaderen en hoe u vervolgens naar uw klanten reageert.

Uitdagend: de mate waarin de organisatie aantrekkelijk is voor haar medewerkers: functies, arbeidsvoorwaarden, talentontwikkeling en leiderschap.

Uithoudingsvermogen: het aspect dat gaat over onder meer winst, vermogen, liquiditeit en capaciteit.

Vitaliteit: de mate waarin de organisatie omgaat met haar medewerkers: innovatie, tevredenheid, potentie en samenwerken.

Zichtbaar: het aspect dat gaat over onder meer imago, naamsbekendheid en vindbaarheid (fysiek en online).

Zingevend: het hoger liggende doel van de organisatie: missie, visie, doelen en kernwaarden.